John L. y Jean Comaroff

Etnicidad S.A.

Traducido por Carolina Friszman y Elena Marengo

katz conocimiento

Primera edición, 2011

© Katz Editores
Charlone 216
C1427BXF-Buenos Aires
Calle del Barco 40, 3º D
28004-Madrid
www.katzeditores.com

Título de la edición original: *Ethnicity, Inc.*
© 2009 by The University of Chicago. All rights reserved.
Chicago / Londres
Las fotografías son de John L. Comaroff, salvo observación en contrario.

ISBN Argentina: 978-987-1566-57-0
ISBN España: 978-84-92946-33-4

1. Antropología . 2. Etnicidad. I. Comaroff, John
II. Carolina, Friszman, trad. III. Elena Marengo, trad.
IV. Título
CDD 325.1

Diseño de colección: tholön kunst

Impreso en España por Safekat S.L.
28019 Madrid

Depósito legal: M-15517-2011

Índice

7 Agradecimientos
9 Prólogo

17 1. Tres o cuatro comentarios acerca de los "etnofuturos"
43 2. Cuestiones de teoría
99 3. La ascendencia como mercancía, al estilo de los Estados Unidos
137 4. Historia de dos etnicidades
183 5. Nacionalidad S.A., Divinidad S.A. y otros posibles futuros

215 Conclusión
233 Bibliografía

Agradecimientos

Este libro fue ideado como una provocación, una obra nada convencional de antropología que sirviera para asentar sobre nuevos fundamentos un tema conocido, y fue imaginado también como un esfuerzo para pensar un fenómeno desde el punto de vista del sur global y teorizar sobre él. Inició su vida pública en 2002, cuando se realizó un evento que llevaba el altisonante título de *Stiftungsgastprofesseur Wissenschaft und Gessellschaft** der Deutschen Bank AG Lecture, Universidad Johann Wolfgang Goethe de Francfort, Alemania. Queremos dejar constancia de nuestro agradecimiento al auspiciante y a los muy gentiles anfitriones que nos atendieron en esa ocasión. A partir de entonces, presentamos distintas versiones de *Etnicidad S.A.* en muchos ámbitos: entre ellos, la Universidad de Princeton, la Universidad de Illinois, la de Pensilvania, la Universidad de Viena y las universidades de Witwatersrand, Western Cape y Stellenbosch en Sudáfrica, la Fundación Van Leer y la Universidad Ben Gurion de Israel, el Instituto Max Planck de Antropología Social de Halle, la Universidad de Indiana, la Sociedad Etnológica de los Estados Unidos y la American Bar Foundation. En esta última institución nuestro trabajo suscitó comentarios muy perspicaces de Bonnie Honig, Andre Gingrich, Carol Greenhouse y muchos otros, con quienes tenemos una gran deuda de gratitud. Expresamos también nuestro agradecimiento a Maureen Anderson, nuestra asistente en investigación desde hace mucho tiempo, que no escatima sus esfuerzos ni los aportes de una formación académica e imaginativa a la vez; a Rita Guenther, de la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos, que se interesó personalmente en nuestra investigación y halló una cantidad de interesantes ejemplos para enriquecerla, y a Jessica Cattelino, ex colega cuya aguda investigación sobre los indios seminole y el capitalismo de casino en Florida tiene muchos puntos de

* Fundación para profesores invitados de ciencias e investigación. [N. de las T.]

contacto con nuestro trabajo. Son varios los doctorados en la Universidad de Chicago que han hecho aportes dignos de mención: Rob Blunt, quien se interesó en el proyecto desde un comienzo y nos puso sobre la pista del caso MEGA/GEMA de Kenia, que esbozamos en el prólogo; Caroline Brown, cuya labor sobre los pueblos originarios de Alaska amplió nuestro enfoque en sus etapas iniciales; Susan S. Gooding, que escribió un comentario, excepcional por su profundidad, sobre nuestro análisis del capitalismo de casino en América del Norte; Bianca Dahl, que revisó el manuscrito con una mirada insólitamente penetrante para los detalles y Lisa Simeone, que nos obsequió una lectura crítica aguda del manuscrito en sus etapas intermedias.

Estamos agradecidos también a varios amigos íntimos y colegas de Sudáfrica: en primer lugar, a David Bunn, quien antes trabajaba en la Universidad de Witwatersrand, y fue el primero en hacernos conocer el mundo del los makuleke y la población de Hamakuya; a Steven Robins, de la Universidad de Stellenbosch, quien nos enseñó mucho acerca de la historia moderna de los san y los makuleke; a Roger Chennells –distinguido abogado defensor de los derechos humanos que también trabaja en Stellenbosch– sin cuya generosa cooperación nuestra exposición sobre los san y el cactus hoodia habría perdido muchos matices; y, sobre todo, estamos agradecidos a Susan E. Cook, de la Universidad de Pretoria, que ejerce su labor etnográfica en la provincia noroccidental de Sudáfrica. Sus muy perceptivos trabajos de investigación sobre Bafokeng S.A. y la etnicidad constituida como empresa –que inspiraron los nuestros, como queda claro en las citas– dejarán sin duda su impronta en las ciencias sociales de los próximos años.

Queremos expresar también nuestro agradecimiento a Jutta Dobler, que tomó la memorable fotografía de Selma Helao y su muñeca herero en Namibia (lámina 10); a Marie-Jean Butler, responsable de la impactante imagen de la aldea cultural makuleke (lámina 7) y a *Cultural Survival*, por habernos autorizado a incluir un fragmento de "Tourism opens new doors, creates new challenges, for traditional healers in Peru", cuya autora es Rachel Proctor (2001). Reproducimos la lámina 2: "Príncipe del platino: conozca al nuevo gerente general de Bafokeng S.A." con la amable autorización de Kenneth Creamer, pues fue publicada en el semanario *Mining Weekly*, de los Medios Creamer, en www.miningweekly.co.za. Por su parte, con gran generosidad, Kgosi Leruo nos ha permitido reproducir el retrato de su difunto hermano en la lámina 1.

Tenemos una deuda permanente de gratitud con el Lichtstern Fund del Departamento de Antropología de la Universidad de Chicago y la American Bar Foundation, sin cuya ayuda financiera este libro no habría sido posible, así como buena parte del resto de nuestra obra.

Prólogo

Sucede algo extraño con eso que llamamos "etnicidad", esa suerte de subjetividad colectiva que todos damos por sentada y que se ubica en la intersección de la identidad y la cultura. Nuestro etnoepisteme –suma de la etnoconciencia, la etnopolítica, el etnohacer y de los términos con los cuales procuramos aprehenderlos– va adquiriendo, aparentemente, una forma opuesta a la que pretendían transmitirnos las ciencias sociales ortodoxas. Mejor dicho, va adquiriendo *formas opuestas* a ella. La etnicidad es, y siempre ha sido, una y varias cosas a la vez, algo único y, al mismo tiempo, infinitamente diverso. Pese a que se suponía que se iba marchitando con el avance de la modernidad, el desencanto y el auge del mercado, es un tema muy presente en estos días: se habla mucho de conciencia étnica, de reafirmación étnica, de sentimientos étnicos. Sin embargo, más que lo cuantitativo, está en entredicho lo cualitativo; más que el aspecto demográfico de la etnicidad, se cuestiona la facultad de enajenarla. Por otra parte, si bien es cada vez más un terreno de pasiones existenciales, el ámbito donde se moldea reflexivamente una individualidad significativa con raíces morales, la etnicidad *también* va adquiriendo características de empresa, se va transformando en una mercancía imbricada en la economía de la vida cotidiana como nunca lo estuvo antes. A esas dos vertientes –la inscripción simultánea de lo étnico en la esfera afectiva y la esfera de los intereses; en el reino de las emociones y el de las utilidades– se añade otra característica. Aquí y ahora, la identidad cultural se presenta más y más a sí misma como dos cosas a la vez: como producto de una elección y autoconstrucción –encarnadas por lo general en el acto de consumo– *y también* como producto manifiesto de la biología, la genética, la esencia humana.

Ofreceremos para comenzar algunas pistas para que los lectores infieran de qué estamos hablando: unos pocos textos correspondientes a distintos frentes que tienen que ver con la diferencia cultural.

LA ECONOMÍA DE LA CATALUÑA SEPTENTRIONAL: LA IDENTIDAD COMO INSPIRACIÓN

> El sector de la "identidad" dentro de la economía de la Cataluña[1] septentrional entraña una novedosa actitud abierta que anuncia una expansión anclada en la cultura regional [...] como alternativa a la globalización.
>
> La economía de la "identidad" implica un retorno a productos otrora populares que fueron dejados de lado durante el siglo XX. [...] Volver a descubrir el potencial natural de la tierra, las ventajas de la experiencia ancestral y el valor agregado de la "identidad" en cuanto sinónimo de calidad, es una posibilidad auspiciosa para una región que carece de una economía productiva. [...] La economía de la "identidad" [...] genera un previsible acercamiento entre los catalanes [...].
>
> La identidad catalana es un sentimiento colectivo, una visión del mundo comunitario, es una lengua, una cultura, un estilo de vida... Perdiendo algo de su localismo, sus distintas vertientes pueden ahora confluir y hallar nuevas formas de expresión.
>
> La realidad social catalana demuestra su capacidad de integración y su modernidad, y garantiza así la supervivencia de una cultura amenazada pero viva.
>
> Inicio de la página web de **Catalogne-Nord**

Nótese la expresión "economía de la identidad". Bajo ese estandarte, se reúnen varias nociones encontradas: la "experiencia ancestral" y la "actitud abierta"; el "acercamiento" y el "perder algo del localismo"; la "modernidad" y la "supervivencia de una cultura"; el "potencial natural" y el "confluir" con un "sentimiento colectivo". En suma, parecería que en este caso la objetificación de la identidad ha producido una nueva sensibilidad, una conciencia nueva de su esencia y su potencial afectivo, material y expresivo. Ese proceso transforma la etnicidad de la Cataluña septentrional en mercancía, la proclama como fundamento de una *colectividad con valor agregado constituida como persona jurídica o ideal* y, *a la vez*, la reivindica en cuanto ámbito de emociones compartidas, de un estilo de vida compartido y de un futuro imaginado también compartido.

1 La Cataluña septentrional –*Catalogne-Nord*– está ubicada en los Pirineos orientales, en Francia, al sur del Languedoc. La frontera franco-española la separa del resto de Cataluña. En el año 2004 tenía una población de 410.000 habitantes. Puede hallarse información antropológica sobre la identidad de esta región en O'Brien (1990, 1993).

LA AMAZONIA PERUANA VISTA DESDE DOS ÁNGULOS DISTINTOS

Cuadro 1: Conozca la tierra de los shipibo y su estilo de vida

¡Experimente en carne propia el estilo de vida de los shipibo[2] en el corazón de la cuenca amazónica inscribiéndose ya en nuestra aventura ecoturística con destino a Perú! Podrá aprender a hacer piezas de cerámica, pescar con lanza en el Amazonas... y mucho, mucho más.

Descubra sus antiquísimos remedios para diversas enfermedades, desde el resfrío común hasta el cáncer, y reciba los visionarios consejos de chamanes con autorización para ejercer.

Haga nuevos amigos.

Póngase en contacto con un shipibo del Perú mediante correo electrónico, mensajes instantáneos o llamadas telefónicas.

Página de inicio de la **comunidad shipibo**

Cuadro 2: Acerca del turismo y los curanderos tradicionales

Mateo Arévalo tiene 43 años y nació en el seno de una familia de curanderos de la comunidad shipibo de San Francisco de Yarinacocha, Perú. [...] Aunque sus antepasados pusieron los conocimientos que tenían al servicio de la comunidad, brindando su ayuda sin retribución, por el bien común, Arévalo se muestra orgulloso de poner los suyos al alcance de un público más amplio. [...] Ofrece ahora a los extranjeros un retiro en elegantes albergues en medio de la jungla y aloja en su casa a estudiantes de las artes chamánicas que siguen cursos de tres o seis meses.

"Soy un innovador y amplío mi saber ancestral", dice. "Los shipibo nos parecemos a cualquier otra comunidad humana y por eso necesitamos crecer y cambiar. No podemos quedarnos tal cual éramos para que los turistas contemplen algunos indios casi desnudos ataviados con plumas y los antropólogos nos traten como un museo viviente." En la

2 En la Amazonía peruana viven entre 28.000 y 35.000 shipibo, diseminados en comunidades dispersas a lo largo del río Ucayali. En los textos publicados en los medios, se los describe como pobres de solemnidad, y se dice que son famosos por sus artesanías en cerámica y los diseños de sus tejidos. También se destaca su tenaz devoción por las costumbres del pasado. Podrá hallarse una descripción antropológica anterior de su "artesanía turística" en Lathrap (1976).

> mayor parte de los centros importantes de turismo del Perú, se puede pagar para asistir a reuniones donde se recurre a la ayahuasca [potente alucinógeno utilizado en las prácticas chamánicas –JLC/JC]. Ahora hay muchas hosterías en la selva que ofrecen esas ceremonias e, incluso, retiros que cuestan entre 700 y 1.500 dólares por semana.
>
> **Rachel Proctor**, *Cultural survival*, 2001

Una vez más, se ofrece tradición en forma enajenable. En este caso, conocimientos indígenas inherentes a la identidad shipibo: "piezas de cerámica", "remedios para enfermedades" –banales y graves–, "chamanes autorizados para ejercer", incluso un "estilo de vida". No obstante, en este ejemplo, los productos y las prácticas culturales están orientados explícitamente hacia consumidores de cosas exóticas, hacia personas interesadas en la recuperación espiritual y en las aventuras en la jungla. Las transacciones propuestas evocan una curiosa mezcla de lo familiar y lo remoto ("Póngase en contacto con un shipibo [...] mediante correo electrónico"); revelan ese 'acercamiento' de la diferencia a través de los medios masivos de difusión, en los cuales la promesa de autodescubrimiento es el reverso del autoextrañamiento.[3] Vemos de nuevo que aquí lo "ancestral" aparece como fuente creadora de innovación, concepción que está en pugna con las interpretaciones convencionales de la "cultura" en cuanto "legado" o "costumbre". En este ejemplo, la cultura es también propiedad intelectual, arrojada fuera del "museo", libre de la mirada "antropológica". Ya no está "desnuda" ni al alcance de todos por el bien común.

CRÓNICAS DE KENIA, 2005

Primera crónica: una carta enviada desde el campo académico

> Un paso interesante en el camino hacia la Etnicidad S.A.: la finiquitada GEMA –Gikuyu, Embu, Meru Association– está en vías de reconstituirse. Como el nuevo presidente es gikuyu, parecería que sienten que ha llegado la hora de hacer valer sus intereses de nuevo. Lo curioso es que ahora existirá una rama financiera vinculada con "capitales de riesgo", [...] de

3 La palabra "acercamiento" alude a lo dicho por Walter Benjamin (1968 [1936]). Véase también lo que dice Mazzarella (2003: 256-257) y lo que agregamos nosotros más adelante.

suerte que la tribu se transformará en una empresa. Esta nueva GEMA se llama MEGA.

Rob Blunt, Universidad de Chicago, 8 de agosto de 2005

Segunda crónica: notas acerca de la MEGA Initiative Welfare Society

La MEGA Initiative Welfare Society es una organización comunitaria creada para fomentar el desarrollo sociocultural y económico de los pueblos ameru, aembu y agikuyu de Kenia. La inspira el deseo de demostrar que una comunidad o una región pueden alcanzar la prosperidad explotando su riqueza cultural, el espíritu de empresa y los recursos de sus integrantes [...]

MEGA Holding Initiative Ltd. se propone ser una herramienta fundamental para el desarrollo de proyectos económicos en el país y en toda la región por estos medios: [...] llevando adelante proyectos para transferir las inversiones a sus miembros, sean éstos individuos o grupos de individuos, [...] y funcionando como incubadora de proyectos y movilizadora de capitales de riesgo.

Página de inicio de MEGA **Welfare Society**[4]

Lo que salta a la vista en este caso no es tanto la comercialización de la etnicidad-en-cuanto-sustancia sino su presentación como un medio para que "las tribus se conviertan en personas jurídicas [*corporations*]" en el sentido literal de la palabra, es decir, que se transformen en "holdings", en asociaciones de "capitalistas de riesgo", etc. No es ese el sentido metafórico en que usaba la palabra *corporate* una generación anterior de antropólogos británicos para quienes las líneas de ascendencia africanas constituían *"corporate" lineages** (véase nuestra explicación más adelante). En Kenia, las federaciones étnicas se están convirtiendo en empresas comerciales, accionistas exclusivas de negocios que tienen que ver con la identidad. Algunas veces y en oposición a la racionalidad universalista de la ideología

4 Véanse http://www.megawelfare.org/index.htm y http://www.megawelfare.org/mega%20holding.htm, consultadas el 14 de agosto de 2006.

* La expresión *corporate lineage*, utilizada por antropólogos británicos, hace referencia a linajes que entrañan personas morales colectivas o *corporate groups*. De ahí que muchas veces aparezca traducida en español y francés como "linajes de filiación entre grupos de personas morales o sus miembros", y de ahí también que los autores destaquen el sentido metafórico que tenía en su origen. [N. de las T.]

de mercado, esas empresas se ocupan de reivindicar formas "culturalmente ricas" del "espíritu de empresa". Así, la identidad-en-cuanto-diferencia labra nichos específicos de producción de valor.

SCOTLAND, THE BRAND*

Primer paso: elaboración de la marca

En este momento, la entidad oficial, Scotland the Brand, ha emprendido investigaciones sobre la "identidad escocesa" [*Scottishness*] y la posibilidad de explotarla para publicitar y presentar productos escoceses. El nuevo elemento oficial de comercialización, dado a conocer en noviembre de 1997, es la palabra "*Scotland*" como rúbrica, en la cual el azul de la Cruz de San Andrés se difumina en un diseño de tejido escocés. Ese logo se utilizará en todo un abanico de productos y servicios: alimentos, bebidas, tejidos, servicios financieros y médicos, obras de ingeniería y universidades. [...] Parece inevitable que surja ahora algún tipo de nacionalismo del consumo.

Philip Schlesinger, *Le Monde Diplomatique*, 1998[5]

Segundo paso: Escocia como empresa

En Escocia, el sector de las ciencias de la vida ha recibido un [...] gran impulso con el lanzamiento de una nueva identidad nacional. La nueva marca Life Sciences Scotland se utilizará para demostrar cuál es el enfoque escocés para el desarrollo de ese sector y para captar inversores globales y potenciales socios de ultramar. La referida identidad fue presentada por la comunidad de las ciencias de la vida, Life Sciences Alliance, en la exposición mundial más grande de esa industria, BIO 2006 [...]. Snowden [director del emprendimiento escocés sobre ciencias biológi-

* Frase que da nombre a una institución que promueve la utilización de la palabra *Scotland* [Escocia] como marca. La frase fue acuñada imitando el título de una difundida canción patriótica escocesa, *Scotland the Brave*. [N. de las T.]

5 Philip Schlesinger, "Democratic devolution in the UK: Scotland's quiet revolution", *Le Monde Diplomatique*, edición inglesa, abril de 1998. Consultada el 8 de agosto de 2006 en http://www.mondediplo.com/1998/04/09scot.

cas] dijo en esa ocasión: "Tiene mucho sentido presentar en el curso de este evento el nuevo rostro de Escocia ante la comunidad internacional de estas ciencias. El hecho de tener una marca exclusiva ayudará en gran medida a que la atención internacional se vuelque hacia lo que tenemos para ofrecer.

Craig Cowbrough, *Scottish enterprise*, 2006[6]

Es evidente que la identidad constituida como empresa puede extenderse a poblaciones enteras y no sólo a grupos étnicos –al menos tal como se los entiende habitualmente– incorporando el imaginario cultural de una identidad colectiva "explotable" [*Scottishness*] a la nacionalidad cívica, identidad que ha sido, desde hace mucho, motivo de orgullo para Escocia. Pero en ese proceso, se genera ostensiblemente una "nueva identidad nacional". Además, se pone en entredicho la relación entre lo étnico y lo nacional; incluso se disuelve esa relación, en la medida en que el "nacionalismo del consumo" toma la decisión de poner una marca y de estampar un logotipo en la más universal de las cualidades humanas: *la vida* misma.

—

Europeos del Mediterráneo, latinoamericanos que habitan en lo recóndito de la Amazonia peruana, africanos de África oriental, escoceses. Bien podrían ser otros, muchos otros. Todos señalan una orientación, diversos caminos pero un mismo rumbo: el futuro de la etnicidad. ¿Y cuáles son las palabras clave de ese futuro? Helas aquí:

Economía de la identidad; identidad constituida como persona jurídica, identidad como valor agregado
Sentimiento colectivo; emoción, acercamiento, proximidad
Cultura para la venta; cultura en cuanto innovación, supervivencia cultural
Propiedad intelectual; marca, etnologotipo
Tribu devenida empresa; nueva identidad (nacional), constitución de una nación para el consumo
Modernidad; redescubrimiento, capitalismo de riesgo, alternativa a la globalización

6 Craig Cowbrough, "New global image for Scotland's life science community", *Scottish Enterprise*, 9 de abril de 2006.

Sustantivos, adjetivos, verbos: indicios dispersos que hablan en muchas lenguas de un ser del mundo rediseñado a partir de elementos conocidos y desconocidos. Echemos una mirada sobre ese mundo desde la atalaya del sur globalizado.

1
Tres o cuatro comentarios acerca de los "etnofuturos"

En el mes de octubre de 2000, *Business Day*, periódico sudafricano dedicado al sector empresario, publicó una nota extraordinaria en su sitio web. El titular decía así: "Empresa privada de inversión formada por líderes tradicionales".[1] El Congreso de Líderes Tradicionales de Sudáfrica [*Congress of Traditional Leaders of South Africa* (Contralesa)] es la voz que representa la etnicidad en ese país. Es la voz de la cultura, las leyes consuetudinarias y los derechos colectivos de los pueblos indígenas, y también de la autoridad de los jefes y los reyes presentes o pretéritos. Desde hace mucho, Contralesa se ha empeñado en que se modifique la constitución nacional. Su meta final es construir un Estado-nación que otorgue a los líderes tradicionales autonomía soberana sobre sus respectivos reinos; un Estado-nación que sitúe los mandatos de la cultura en un nivel igual o superior al de los derechos universales de los ciudadanos. En ciertos momentos pareció que estaba muy cerca de lograr su objetivo, especialmente a fines de 2000, después de una conferencia organizada por el Ministerio de Gobiernos Provinciales y Locales[2] con miras a redactar en el Parlamento un libro blanco sobre las "autoridades e instituciones tradicionales" y, de ser necesario, aprobar nuevas leyes al respecto. En otras circunstancias, esa orga-

1 Véase "Traditional leaders to form private firm for investment", *Business Day* (Sudáfrica), 10 de octubre de 2000.

2 A National Conference on Traditional Leadership, Midrand, 17-18 de agosto de 2000, Department of Provincial and Local Government. Debe advertirse que los miembros de las familias reales allí reunidos se negaron a tomar parte en las deliberaciones pues, en su calidad de enviados plenipotenciarios, no querían cruzar palabra con nadie más que con el presidente del Estado. Asistimos a esa conferencia invitados formalmente por el ministro, F. S. Mufamadi, a quien queremos agradecer, así como al personal del ministerio, la posibilidad de estar presentes en ese evento.

nización declaró que había "llegado al final del camino", que "jamás había existido intención de contemplar la formación de la nueva Sudáfrica [sobre todo, que nunca se había gozado de autoridad para hacerlo]", según palabras del jefe Mangosuthu Gatsha Buthelezi (que también recibe los títulos de príncipe y doctor), líder del partido Inkatha Freedom y ex jefe de gabinete de la demarcación* KwaZulu durante el apartheid, además de ex ministro del interior del gobierno nacional sudafricano.[3] Entretanto, Contralesa procura por todos los medios dar preeminencia al reino de lo consuetudinario y a los consuetudinarios privilegios de los reyes.

Según *Business Day*, los líderes tradicionales habían decidido trasladar la política de la etnicidad a la plaza del mercado. Habiendo creado un año antes un fideicomiso para integrar un consorcio minero, estaban a punto de fundar una organización *con* fines de lucro para captar inversiones en la industria minera, la forestal y el turismo. Ya se había presentado una solicitud formal para inscribir a esa empresa. Los jefes tenían ya participación en un conglomerado de compañías que se presentaba en ese entonces a licitación para operar Cell C, nuevo servicio de telefonía móvil.[4] Procurando "capitalizar la inclinación 'africanista' de sus bases" (Oomen, 2005:143, 97), se propusieron después conseguir por todos los medios que las empresas estatales o controladas por el Estado pasaran a manos privadas. Patekile Holomisa, poderoso director ejecutivo de Contralesa expresó así su posición al respecto: "Nos hemos dedicado demasiado tiempo a la lucha política por [...] el reconocimiento constitucional". En consecuencia, para él era más importante "conseguir poder para su pueblo" aventurándose más allá de los capitales tradicionales e incursionando en los capitales de riesgo.

Y así lo hicieron. Durante los cinco años siguientes más o menos, Contralesa fue omnipresente en el escenario financiero de Sudáfrica, ocupó los titulares de las secciones económicas de todos los diarios, figuró en

* El nombre oficial de las demarcaciones étnicas en el régimen de apartheid era *homeland*; los opositores al régimen las denominaban "bantustanes". [N. de las T.]

3 Mawande Jubasi y Thabo Mkhize, "Unite against ANC Treachery – Buthelezi", *Sunday Times* (Sudáfrica), 4 de agosto de 2002. La cita proviene de un discurso en el cual Buthelezi procuraba conseguir el apoyo zulú para la "lucha por la autonomía de su reino".

4 Hay un informe, identificado como *Special Report of the Auditor-General on an Investigation at the South African Telecommunications Regulatory Authority*, 10 de febrero de 2000 (RP 47/2000), en el cual el fideicomiso Contralesa Development Trust figura como integrante del consorcio Cell C, aunque se consigna que no está aún inscripto en calidad de empresa. La inscripción se llevaría a cabo algunos meses más tarde.

todos los documentos de Estado relativos a transacciones comerciales, etcétera, etcétera. Así por ejemplo, cuando, en septiembre de 2004, se llevó a cabo una sesión del Tribunal de Protección de la Competencia para tratar un caso de absorción de una empresa por otra, Contralesa Investment Holdings (Pty.) Ltd. formaba parte del grupo en pro del poder económico negro que poseía el 25% de las acciones de la entidad compradora.[5] Análogamente, el 16 de noviembre de 2004, los principales medios del país anunciaron que "el Congreso de Líderes Tradicionales de Sudáfrica (Contralesa) había adquirido más del 25% de UWP Consulting, una firma consultora de ingeniería con sede en Johannesburgo". El periódico *South African Business* continuaba diciendo:[6]

> El príncipe Mpumalanga Gwadiso, director general de Contralesa Investment Holdings –rama de Contralesa dedicada a las inversiones– manifestó que la adquisición respondía a la intención de conseguir buenas ganancias para los miembros de Contralesa y las poblaciones que ellos representan, en su mayoría rurales. Gwadiso agregó que: "En las zonas rurales, los líderes tradicionales siempre han asumido la responsabilidad de velar por los recursos de su comunidad. Contralesa Investment Holdings se propone agregar valor [...] invirtiendo en una empresa sólida y de prestigio, cuya competencia en el desarrollo de infraestructura rural está sobradamente probada".

Menos de un año después, Contralesa adquirió el 42% de las acciones de Pump Brands, hasta entonces en manos de Howden Africa Holdings Ltd.

5 La firma compradora era Fluxrab Investments Nº 90 (Pty.) Ltd. y las absorbidas eran Metcash Trading Africa Ltd. y Metcash Aviation (Pty.) Ltd. La fusión fue aprobada. La Organización en Pro del Poder Económico Negro –Black Economic Empowerment (BEE)–, que se rige por la ley de fomento del poder económico negro (Nº 53 del año 2003, promulgada por el presidente en enero de 2004), tiene por finalidad fomentar la participación de los negros en la economía nacional, en especial, modificando la "composición racial de los niveles propietarios y ejecutivos, así como la participación de los negros en tareas calificadas de empresas ya existentes y recién formadas" (South Africa, 2004: 3). La ley también exige que las empresas locales respeten las disposiciones vigentes si quieren hacer negocios con el Estado o con organismos estatales.

6 Véase "Contralesa buys stake in engineering firm", *South African Business*, 16 de noviembre de 2004. El archivo de *South African Business* atribuye este artículo a otro del *Mail & Guardian*, 22 de agosto de 2006. http://www.mg.co.za/articlepage.aspx?area'/breaking_news/breaking_news_business&articleid=142038, consultada el 10 de julio de 2006.

Pump Brands era una empresa dedicada al diseño, la fabricación, comercialización y venta en mercados africanos de bombas de extracción y productos afines. La transacción costó más de 25 millones de rands, que equivalen aproximadamente a 4 millones de dólares.[7]

Setumo Montshiwa, jefe de los tshidi-rolong, grupo tsuana entre quienes vivíamos en ese entonces, nos había advertido acerca de esas operaciones antes de morir, en julio de 2000. Había amasado su fortuna personal a través de una empresa especulativa dedicada a los juegos de azar, actitud que entraña cierta ironía pues, en todos los otros lugares del mundo, el capitalismo de casino está vinculado desde hace mucho con la etnoempresa, como sucede entre los pueblos indígenas de América del Norte.[8] Más de una vez, Setumo había dicho que la (entonces) inminente decisión de los jefes de incursionar en el mundo de las finanzas era "el camino hacia el futuro". A menudo agregaba que los grupos étnicos tenían que transformarse en algo similar a las "(*pty*)": en el inglés sudafricano de las finanzas, esta abreviatura significa una empresa privada, de responsabilidad semilimitada ("Inc." es la forma que se usa en los Estados Unidos, "Plc" en el Reino Unido). Según el jefe Setumo, *merafes* como la suya –tal vez la traducción más fiel de este vocablo setsuana sea "etnonaciones"– tenían que "incorporarse al mundo moderno", "hacer negocios", "explotarse comercialmente", "administrar" sus activos simbólicos y materiales. No cabía sorprenderse, entonces, cuando nos interrogó minuciosamente sobre los beneficios que podría acarrear nuestro trabajo sobre lo *setsuana* –"las cosas tsuana"– pues él mismo se proponía constituir un archivo y crear un centro de recursos culturales que podría formar parte de una nueva empresa local. Para aquel jefe africano, como para Contralesa, el futuro dependía de transformar el capital financiero en capital cultural, y viceversa. De hecho, para ellos, la frontera entre esos dos tipos de capital era ya permeable y comenzaba a desdibujarse.

Contra la opinión de buena parte de la ortodoxia en ciencias sociales (por ejemplo Chabal y Daloz, 2006: 113-115), preguntamos: ¿es posible que

7 Véase *Investor Wire*, 11 de octubre de 2005; http://www.investorwire.co.za/ViewStory.asp?SID=060059059063008, consultada el 1 de julio de 2006.

8 En otra publicación (2001), hemos consignado que el capitalismo de casino está vinculado, por lo general, a formas de acumulación nada respetables, y muchas veces a los métodos de acumulación que suelen utilizar las minorías cuasi soberanas para enriquecerse. En la época en que Setumo hizo su fortuna, la instalación de casinos en Sudáfrica estaba restringida a las demarcaciones étnicas ["*homelands*"] trazadas por el régimen de apartheid, y los explotaban con licencia gubernamental firmas integradas por blancos.

un futuro factible de la etnicidad –tal vez su futuro *a secas*, en el sentido metafórico y también en el material– se canalice precisamente en esos "etnofuturos"? ¿En lanzarse al mercado? ¿En subirse sin rubor al tren de las franquicias y el capital financiero? ¿En darle a la "economía de la identidad" la investidura de la etnicidad?

Como los catalanes, los kenianos, los shipibo y los escoceses, Leruo Molotlegi –rey de los bafokeng, el pueblo más rico de Sudáfrica– insinuó algo por el estilo en el año 2002, en un discurso pronunciado por él en una de las más selectas universidades de los Estados Unidos. Leruo sabe mucho acerca de la riqueza de las etnonaciones, como también sabían su padre, Lebone Molotlegi I, y su hermano, Lebone Molotlegi II. En septiembre de 1999, Lebone Molotlegi II figuró en la portada de un suplemento especial de la revista *Enterprise* dedicado a la lucrativa sociedad de extracción de platino por la cual se han hecho famosos los bafokeng. Bajo su fotografía aparecía la siguiente leyenda: "*Kgosi Lebone II*: CEO *of Bafokeng Inc.*" [Kgosi Lebone II, gerente general de Bafokeng S.A.]. Véase la lámina 1.[9] Trece meses más tarde, poco después de ascender al trono, el propio Leruo fue la figura de tapa de *Mining Weekly*. El gran titular de ese número decía: "Un encuentro con el gerente general de Bafokeng S.A." (lámina 2).[10]

Hacemos aquí un corte hacia otra época, otra óptica y otra zona de Sudáfrica.

En 1994, apareció en el semanario *The Mail*, publicado en la provincia noroccidental del país, un artículo de opinión titulado "En busca del legado tsuana", firmado por un tal Tswagare Namane.[11] El texto comenzaba

9 La palabra *kgosi* del setsuana se suele traducir como "jefe". No obstante, entre los bafokeng, suele adquirir la connotación de "rey", vocablo que implica por sí mismo una reafirmación del poder étnico. Agradecemos a la Dra. Susan Cook, quien nos anunció la visita de Leruo a la Universidad Brown en octubre de 2002 y también nos hizo conocer la edición de *Enterprise* que tenía el mencionado suplemento. En la actualidad, la doctora Cook está dedicada al tema de la etnicidad constituida como empresa ["*corporate ethnicity*"] –expresión acuñada por ella misma– entre los bafokeng. Desde hace mucho intercambiamos con ella información.

10 Martin Creamer, *Mining Weekly* 6, Nº 41 (noviembre de 2000), 17-23. Véase http://www.miningweekly.co.za, consultada el 1 de agosto de 2002.

11 Tswagare Namane, "Searching for Tswana heritage", *Mail* (Sudáfrica), 4 de marzo de 1994, 8. El *Mail*, cuyo nombre anterior era *Mafikeng Mail*, se publica en Mafikeng-Mmabatho, la capital de la provincia. Queremos agradecer a Martin McGie, su jefe de redacción, el haber puesto el archivo del periódico a nuestra disposición.

así: "No pretendo ser un [...] experto, pero merezco [...] que me escuchen". El autor argumentaba allí que el turismo constituía el futuro de la región, de su población de etnia tsuana y de África en general. Con todo, seguía diciendo Namane, para atraer viajeros a ese rincón del país se necesitaba algo más que buenos hoteles y reservas de vida silvestre bien provistas de ejemplares. Era necesario "revelar" y poner de manifiesto "lo que es auténticamente tsuana". A pesar de que muy pocas veces rinde lo previsto, el turismo cultural –que tiene una larga historia– se ha transformado en una suerte de panacea universal, casi un reflejo, para los que no tienen trabajo y cuentan con muy poco para vender (cf. Castile, 1996).[12] Pero Namane no se limitaba simplemente a soñar con dólares del exterior. La comercialización de la identidad, sostenía, no necesariamente la rebaja o la reduce a una burda mercancía. Todo lo contrario: comercializar "lo que es auténticamente tsuana" es también una manera de reflexionar, de autoconstruirse, de *producir* y *sentir* la identidad tsuana. Como veremos, esa misma idea sustenta también otra industria en crecimiento: el turismo genealógico, fundamentado en la genómica recreativa, negocio en auge en los fecundos ámbitos de la economía de la identidad, donde lo corpóreo se entrecruza con las corporaciones y la esencia se transforma en empresa.

La argumentación de Tswagare Namane también se ha formulado en la jerga de las ciencias sociales, aunque no siempre con idéntico matiz. Recordemos, por ejemplo, la clara afirmación de Marilyn Halter (2000: 16) de que "exaltar una determinada cultura y hacer dinero entretanto no son cosas [...] antitéticas". O el involuntario silogismo[13] de Phillip Felfan Xie (2003: 6-7), que discurre así: (a) "transformar en mercancía los productos culturales no necesariamente los destruye"; (b) "la cultura y el turismo pueden volverse inseparables"; (c) "la transformación de la cultura en mercancía" es a menudo un "mecanismo positivo en la búsqueda de la autenticidad", un medio para acercarse al "verdadero *self*" individual y colectivo "apropiándose de lo pretérito". Como un eco de esta última frase de Xie, Namane continuaba así su artículo:

12 Victor Azarya (2004: *passim*) ha argumentado de manera contundente que para algunos grupos étnicos el hecho de transformar en mercancía su marginalidad –a la vez que su cultura– ha sido un medio para ingresar en la economía del turismo globalizado.

13 Decimos "involuntario" porque Xie (2003: 6) no reúne explícitamente estas tres proposiciones ni hace hincapié en su vinculación: somos nosotros quienes las hemos extraído de un pasaje más largo y establecido el nexo entre ellas.

> He trajinado buscando algo genuinamente mío; algo que pudiera [...] atesorar como una verdadera proeza de mis antepasados, algo para afirmar mi humanidad y proclamar mi igualdad con todos.

Y seguía diciendo que las personas despojadas de su pasado son las que sienten con mayor intensidad ese impulso acuciante. Nótese el término elegido por Namane: *despojo*, con sus connotaciones de posesión, respetabilidad, prosperidad, paraíso perdido. "Lo que reivindico es mi etnicidad, mi patrimonio cultural; no mi 'etnicismo'". Fundamental esta última distinción, notable ejemplo de antropología vernácula. En este contexto, la palabra *etnicidad* se refiere a la pertenencia a un "pueblo" de cultura constituida, un pueblo con procedimientos consuetudinarios que, según Namane, lo distinguen de otros y a los cuales está ligado afectivamente. En cambio, el término "etnicismo" alude, con connotación negativa, al "tribalismo", a "una propagación del apartheid" según las propias palabras de Namane. Desde luego, el patrimonio cultural es la cultura dotada de un nombre y proyectada en el pasado y, simultáneamente, es el pasado ya cuajado como cultura (cf. Kirshenblatt-Gimblett, 1998: 149).[14] Se trata de la identidad, pero de manera maleable, enajenable, una identidad cuyos objetos y objetificaciones pueden consumir otros y que, por ende, puede ofrecerse en el mercado (cf. Howard, 2003). Como intuía Namane, su enajenación tiene la curiosa capacidad de evocar un imaginario colectivo y dotarlo de "curso legal" en el ámbito social, político y material, y decimos "curso legal" por no decir "autenticidad", ese espectro que acosa la mercantilización de la cultura en todas partes. Muchos sudafricanos negros de las zonas rurales han llegado a creer que si no tienen nada *dis*tintivo que puedan enajenar, su colectividad está al borde de la *ex*tinción. Desde ese punto de vista, la identidad radica en el reconocimiento por parte de otros significativos, específicamente, el tipo de reconocimiento que se expresa en el deseo del consumidor. Alguna vez Nelson Graburn (1976: 26) expresó esta cuestión en términos más generales. Escribió en aquel entonces que, haciendo artesanías para los extranjeros, los pueblos del "cuarto mundo" enviaban un mensaje: "Existimos; somos diferentes; podemos hacer algo que nos enorgullece; tenemos algo que es exclusivamente nues-

14 En un ensayo posterior, Kirshenblatt-Gimblett (2006: 163-164) define la esencia de tres tipos de patrimonio cultural –patrimonio tangible, patrimonio intangible y patrimonio natural– en consonancia con el empeño de la UNESCO de protegerlos a escala mundial. En este libro nos ocupamos primordialmente del patrimonio intangible.

tro". Recordemos lo que nos dijo un anciano tsuana poco después de iniciado este siglo: "Si no tenemos nada nuestro que vender, ¿entonces no tenemos *cultura*? Y usó el vocablo inglés para formular la pregunta. "Y si no la tenemos, ¿qué somos?".

Todas estas cuestiones recuerdan una declaración memorable que hizo a principios de la década de 1990 Dawid Kruiper, líder de los bosquimanos ‡khomani (san), que entonces habitaba en Kagga Kamma, Provincia Occidental del Cabo.[15] Refiriéndose a sí mismo como un "animal de la naturaleza" –conmovedora expresión puesto que Kagga Kamma es una reserva silvestre cuyos propietarios son blancos–, Kruiper dijo: "Quiero que los turistas me vean y sepan quién soy. *La única manera de que nuestras tradiciones y costumbres sobrevivan es que perduren en el recuerdo de la gente que nos ve*" (White, 1995: 17; las bastardillas son nuestras).[16] En semejante contexto, el hecho de "ser visto" es algo absolutamente vinculado con el mercado: a los "bosquimanos" que vivían en ese lugar "invitados" por los propietarios de la reserva se los "instaba" a usar su "vestimenta tradicional" y a "ofrecer en venta sus artesanías".[17] Además, hacían una representación de su propia vida en un campamento de cazadores-recolectores: los hombres "mostraban su destreza con el arco y las flechas y las mujeres enhebraban cuentas hechas con cáscara de huevos de avestruz para formar sus típicos collares. Durante el día, los rastreadores encabezaban caminatas a través del *veld*; por la noche, danzaban y contaban historias". Luego, cuando los turistas se retiraban a "lujosos chalets de 'estilo bosquimano'", los san "se sacaban los taparrabos, se ponían sus harapos occidentales y volvían al hogar, en un barrio de casuchas miserables [...] oculto a las miradas de los viajeros" (White, 1991).[18] Llegados los san a ese punto, todo lo que

15 En 1999 el grupo ‡khomani de los san reclamó y recuperó un territorio situado en la zona de Andriesvale-Askam de la Provincia del Cabo, según disposiciones del Programa de Reforma de la Tierra previsto en la Ley de Restitución de Derechos sobre la Tierra de 1994. Posteriormente los ‡khomani volvieron a vivir en esa región (South African Human Rights Commission, 2004: 5).

16 Gordon (2002: 228), quien también cita esas palabras, comenta que "rápidamente se está convirtiendo en una declaración canónica".

17 Puede hallarse una descripción de Kagga Kamma desde el punto de vista de sus propietarios en http://kaggakamma.co.za/en/history.html, consultada el 12 de abril de 2006.

18 Las frases de White que citamos estaban escritas en el original en tiempo presente. Las hemos transcripto en pretérito para reflejar el hecho de que los san ya no viven en Kagga Kamma ni hacen allí representaciones. Pero, según dicen, hay "falsos" bosquimanos que sí lo hacen. Véase lo que consignamos al respecto más adelante.

realmente quedaba de sus costumbres eran las huellas, las hilachas de recuerdos que dejaban en quienes los habían visto. Ahora bien, precisamente por dejar esas huellas –por representarse a sí mismos una y otra vez ante turistas consumidores– los san *no* eran meros habitantes de barrios míseros vestidos con harapos occidentales, por muy desesperada que fuera su situación de indigencia. Eran vistos y, recíprocamente, podían verse como un *pueblo* que tenía un nombre, "una tradición y un estilo de vida". En otras palabras, una cultura.

Por cierto, en la Neo Sudáfrica Feliz*[19] de Tswagare Namane, Dawid Kruiper y sus 44,8 millones de compatriotas, parece que la venta de cultura está reemplazando en parte a la venta de mano de obra. Esto ocurre en un país cuya economía industrial, fundada en el capitalismo racial, pasa actualmente por un proceso de reestructuración radical que ha implicado la pérdida de millones de puestos de trabajo, una tasa de desocupación reconocida de alrededor del 40%, la precarización de buena parte de la fuerza de trabajo restante y la privatización de activos públicos (véanse, por ejemplo, Bond, 2004 [2006]; Ghosh, 2006). Ese viraje de la venta de mano de obra a la venta de cultura es tema de gran preocupación en el país. A guisa de ejemplo, diremos que hace unos pocos años, Billy Sekwati Mampuru –jefe de los mamone pedi, grupo que habita un rincón remoto de Sekhukhuneland, en la zona más septentrional de la provincia de Limpopo– creó una comisión con miras a la Constitución Tribal. Uno de sus cometidos consistía en conseguir que sus súbditos, que se habían ganado la vida en muchos casos como trabajadores itinerantes, manifestaran sus preocupaciones más apremiantes. Una inquietud que ocupaba uno de los primeros lugares de la lista era "cómo generar ingresos provenientes del turismo recurriendo a nuestra tradición" (Oomen, 2005: 231).

En toda Sudáfrica había muchos antecedentes similares. Desde fines de la década de 1980, surgieron numerosas "aldeas culturales", que eran un

* Los autores dicen "*the Brave Neo South Africa*", en alusión a la célebre novela de Aldous Huxley, *Brave New World*, conocida en el mundo de habla hispana con el título de *Un mundo feliz*. [N. de las T.]

19 Según fuentes fidedignas, nada menos que el 80% de las doscientos cincuenta agencias de turismo que funcionan en Ciudad del Cabo –al momento de escribir este libro, uno de los destinos turísticos predilectos en el mundo entero– realizan excursiones culturales. Véase Caryn Dolley, "Business 'Back to Normal' after Tour Groups Robbed", *Cape Times*, 4 de diciembre de 2006, 3. Adviértase que ya hemos utilizado la expresión "Brave Neo South Africa" en otros escritos para referirnos a la poscolonia (Comaroff y Comaroff, 2004; 2006), y que será el subtítulo de un libro que estamos preparando.

medio de comercializar los distintos estilos de vida vernáculos, cuanto más exóticos mejor (cf. Schutte, 2003; Tassiopoulos y Nuntsu, 2005; véanse las láminas 3, 4 y 5a, 5b, 5c y 5d).[20] Tal vez el prototipo de esas aldeas sea Shakaland, refinado parque etnotemático y lugar de vacaciones construido en el mismo sitio que ocupó un poblado zulú de ficción, pues fue el set de televisión donde se filmó una serie de enorme popularidad (Hamilton, 1998) inspirada en la vida del gran monarca africano de principios del siglo XIX.[21] De hecho, parecería que la *propia* nación KwaZulu está mutando lentamente para transformarse en un parque cultural, un destino turístico, espacio original y arquetípico del país en su totalidad. A fines de 2006, contra un edificio de siete pisos situado en la esquina de las calles Canterbury y Roeland, a menos de doscientos metros de la antigua prisión de Roeland Street –hoy archivo nacional– y a menos de 400 metros del Parlamento, apareció un cartel iluminado que quedaba justo frente a la sede del organismo encargado de la Protección del Patrimonio Cultural Sudafricano (véase la lámina 6).[22] Sin duda, se lo puede ver también en otros lugares del país. Ocupa casi todo el cartel una enorme fotografía de una hermosa muchacha zulú, envuelta en guirnaldas de cuentas de colores. Sus blanquísimos dientes brillan al sol y la boca estalla en una sonrisa seductora e insinuante. En sus dos facetas de modelo y de indígena núbil, ese icono de la femineidad africana evoca algo sumamente familiar en su otredad: es la interpolación de lo erótico y lo exótico. En el fondo apenas visible, se adivinan los cerros de la tierra natal zulú; por lo que uno puede colegir, son las sierras que dominan *eMakhosini*, el Valle de los Reyes, cuna de Shaka, tumba de muchos de sus sucesores y otrora capital de la monarquía indígena más célebre de África. Por encima de la cabeza de la joven, sobre un cielo azul profundo, una leyenda publicitaria: "El reino zulú lo espera".

20 Como bien nos recuerda Kirshenblatt-Gimblett (1998: 163), las aldeas culturales no son cosa nueva. Y las hay en todas partes del mundo. Incluso en Sudáfrica hay unas pocas anteriores a la década de 1980. Sin embargo, fue sólo a principios de la década de 1990 que se multiplicaron notablemente y fueron reconocidas como una forma de empresa local.

21 Esa serie, titulada *Shaka Zulu*, fue emitida por la South African Broadcasting Corporation en 1986 y repetida en 2001. En ambas ocasiones, fue muy comentada en los medios. [En la Argentina, la miniserie se emitió con el nombre, *Shaka*.]

22 El organismo mencionado [cuyo nombre en inglés es *South African Heritage Resources Agency*] es el "custodio del patrimonio nacional". Su cometido específico es ocuparse de todos los aspectos del patrimonio del país, incluso los temas de importación y exportación. Véase http://www.sahra.org.za, consultada el 11 de noviembre de 2006.

Bajo la pechera de la mujer, hay una insignia bordada con cuentas en la que se ve el emblema del escudo de un guerrero y las palabras "Reino zulú" en rojo y negro sobre fondo blanco. Bajo el cuadro, una URL: www.zulu.org.za. Ese sitio web es el de la Dirección de Turismo de KwaZulu-Natal, organismo del gobierno *provincial*. La página web correspondiente está encabezada por este titular: "Bienvenido al Reino Zulú, KwaZulu-Natal", como si una de las nueve provincias de la nueva Sudáfrica se hubiera hecho cargo de la conversión de la etnicidad zulú en mercancía, conversión de la cual es cómplice de hecho.[23] No es ninguna fantasía nuestra. No sólo "*Zulu Kingdom*" [el reino zulú] se ha convertido en una marca comercial –que hace propaganda en las revistas de las líneas aéreas,[24] por ejemplo–, y algo muy similar ha ocurrido con muchos otros lugares de vacaciones. Entre los proyectos de la Dirección de Turismo figura la creación de un "'Camino de la Cultura y el Patrimonio Zulú' [...] que 'serpenteará' por toda la provincia vinculando así lugares turísticos con diverso interés cultural e historias distintas. De este modo [...] se dará verdadero sustento a la marca del Reino de los Zulúes".[25] Cabe recordar que, según el borrador de la constitución provincial –y no por coincidencia– el líder reconocido de esa entidad era también el "monarca de la provincia de KwaZulu-Natal".[26] Por

23 Véase http://www.zulu.org.za, consultada el 20 de noviembre de 2006. Esta URL lleva automáticamente a otra: http://www.kzn.org.za/kzn/. Pese a la línea del título inicial, el texto publicita el turismo en toda la provincia pero finaliza de manera desconcertante repitiendo el fragmento que hemos citado: "Bienvenido al Reino Zulú de Sudáfrica: KwaZulu-Natal".

24 Véase, por ejemplo, el número de marzo de 2007 de *Sawubona*, revista de South African Airlines.

25 Véase http://www.kzn.org.za/kzn/kznta/96.xml, consultada el 20 de noviembre de 2006; las bastardillas son nuestras. La idea de que KwaZulu-Natal sea un parque cultural es bastante menos atrevida en comparación con los proyectos de Suazilandia, el Estado-nación fronterizo hacia el norte. "La mayor parte de los extranjeros ven a Suazilandia como una suerte de parque temático regio", escribió no hace mucho un conocido periodista; Peter Fabricius, "Welcome to theme Park Swaziland, unless democracy ruins it for King Mswati", *Cape Times*, 18 de diciembre de 2006.

26 Véase el borrador de la Constitución de la Provincia de KwaZulu-Natal, capítulo 5, § 60.(1), http://www.ifp.org.za/constitution/provkznconstitution.htm, consultada el 19 de mayo de 2008. En marzo de 1996, esa constitución fue aprobada por unanimidad por la Legislatura de la provincia, pero el Tribunal Constitucional de Sudáfrica, cuyo dictamen era necesario para ponerla en vigencia, no la refrendó porque algunas de sus cláusulas eran incompatibles con la Declaración de Derechos Humanos del país. No obstante, las objeciones *no* se referían a los párrafos relativos al monarca. Se dictaminó que esos artículos no contradecían el inciso 160(3) (b) de la constitución nacional provisoria, entonces

otra parte, en Durban, la ciudad más populosa de la provincia, el terreno sobre el cual se construyó el estadio para la Copa Mundial de Fútbol de 2010 lleva el nombre de Rey Senzangakhona, en homenaje al padre de Shaka. Además, el nuevo aeropuerto programado para el conurbano pasó a llamarse Aeropuerto Internacional Rey Shaka.[27] Volveremos en breve sobre el tema de las marcas.

Todo lo consignado hasta ahora sugiere que la creación de personas jurídicas étnicas descansa sobre un proceso de homogeneización y abstracción: *los zulúes* (o *los tsuana*, o *los san*, da lo mismo) se convierten en una unidad pese a todas sus divisiones internas, y sus "estilos de vida" –divorciados del tiempo y de la historia– cuajan y adquieren la forma de objetos, mucho más fáciles de concebir, comunicar y consumir. No obstante, ese proceso también puede iniciar nuevas políticas de disenso, como ocurre a menudo, especialmente cuando el capital de inversión procedente de afuera entra a tallar sobre desigualdades ya existentes en la población local. El ejemplo más brutal es el de las elites étnicas que por un medio u otro explotan las nuevas oportunidades para enriquecerse a costa de sus parientes, vecinos y compatriotas menos favorecidos. Sin embargo, puede ser que ese aprovecharse de otros no socave la identificación étnica de las víctimas; por el contrario, puede apuntalarla en cuanto posibilidad *y también* en cuanto objeto de lucha política. Veamos otro caso de KwaZulu-Natal. En 2001, la Autoridad Tribal Mabaso creó una empresa, Funjwa Holdings, para realizar inversiones en una reserva de vida silvestre y centro de ecoturismo en las riberas del lago Sibaya. Su objetivo confeso era "hacer su agosto con la libre empresa".[28] En la convicción de que el "pueblo mabaso" podría "captar anualmente [...] miles de visitantes internacionales y de nuestro propio país", el plan consistía en ofrecer actividades africanas tan "auténticas" como la caza con arco, técnica que muy probablemente los mabaso no usaron jamás, puesto que son zulúes. Recibieron así mucha ayuda financiera de Nedbank, uno de los principales operadores financie-

---

en vigencia. Véase Tribunal Constitucional de Sudáfrica, CCT 15/96, resolución sobre la Constitución de KwaZulu-Natal (CCT 15/96) [1996] ZACC 17; 1996 (11) BCLR 1419; 1996 (4) SA 1098 (6 de septiembre de 1996), § 3.

27 Samantha Enslin-Payne, "King Shaka Airport gets the thumbs up in time for World Cup", *Cape Times*, 14 de agosto de 2007, Business Report, 24.

28 Véase Craig Bishop, "Community reserve launched", *Natal Witness*, 15 de octubre de 2001. La versión que citamos –que nos hizo llegar Ilana van Wyk, de la Universidad de Pretoria, a quien expresamos nuestro agradecimiento– fue copiada de los archivos sobre medios sudafricanos de la University of the Free State (ref. Nº 5653, topic 19).

ros de Sudáfrica, y también de Wildlands Trust. Por otra parte, los animales para la reserva fueron donados por Ezemvelo KZN Wildlife. Mucha gente que ya vivía en los terrenos en cuestión, manifestó su oposición al proyecto desde el comienzo y se hicieron acusaciones en el sentido de que beneficiaba a las elites y excluía a los pobres.[29] El resultado fue que más de una vez las controversias pusieron en peligro la continuación del proyecto (Venter, 2000: 5-6). No obstante, Wildlands Trust ha proclamado que es un "éxito rotundo" (Venter, 2003:13) y la Autoridad Tribal Mabaso decidió posteriormente firmar un "acuerdo de desarrollo" con una empresa privada, Uthungulu Resorts and Leisure. Una de sus escuelas rurales, situada en la aldea de Khula, ha pasado a formar parte de la iniciativa del Bosque Sagrado de Unilever, extensión del proyecto Living Lakes (*ibid.*). Pero la historia no ha terminado aún, aunque algo ha quedado totalmente claro. Pese a las diferencias internas –o tal vez a causa de ellas– el ingreso al mundo de los negocios ha hecho que los mabaso, ricos y pobres por igual, tengan una conciencia mucho más nítida de que están estrechamente vinculados con una identidad étnica. Según parece, la mayoría abriga aún la esperanza de que algún día ellos también podrán "hacer su agosto con la libre empresa" en virtud de esa identidad.

Hay otra historia similar no muy conocida, que se desarrolló más hacia el norte, donde los makuleke, comunidad de lengua shangaan, recuperaron en 1998 unas 24.000 hectáreas de su antiguo territorio, a lo largo del río Luvuvhu. Esas tierras habían sido expropiadas en 1969 bajo el régimen del apartheid e incorporadas al Parque Nacional Kruger (Harries, 1987; Bunn, 2001). Una vez recobradas las tierras, los makuleke tenían que tomar una decisión: podían retornar a ellas y cultivarlas o permitir que siguieran formando parte del parque –rebautizado como Concesión Makuleke o Parque Makuleke– para obtener ingresos del turismo y de la caza deportiva. Era un tema muy controvertido, sobre todo al principio. Sin embargo, al final, la mayoría se inclinó por la segunda alternativa, que habría de llevarse a cabo a través de sociedades integradas por agencias de turismo, la Dirección de Parques Nacionales de Sudáfrica (SANParks) –encargada de proteger la biodiversidad– y los makuleke, que constituyeron una comunidad de bienes [*Community Property Association* – CPA] con ese fin. Hasta el momento, se

29 Association for Rural Advancement, Kwa-Zulu-Natal, *The investigation of the effects of conservation and tourism on land tenure and ownership patterns in KwaZulu-Natal* (2004), 125; http://www.afra.co.za/upload/files/AP18b.pdf, consultada el 24 de noviembre de 2006.

han formado dos sociedades de ese tipo.[30] Según las cláusulas contractuales, se concede a las dos empresas privadas en cuestión el derecho de "construir y operar", durante treinta y cuarenta y nueve años respectivamente, albergues y campamentos de categoría, siempre que se atengan a las políticas administrativas de SANParks. Como contraprestación, las empresas deben pagar a la CPA el 8% de su facturación e invertir otro 2% en "promover" al personal local. Los makuleke prevén la transferencia paulatina de la industria turística a sus propias manos, aunque no especifican los medios para lograrlo. En lo inmediato, hablan de conseguir que el Makuleke Development Trust, que administra sus activos financieros, se transforme en un instrumento eficaz para el desenvolvimiento de etnonegocios.[31]

De los dos centros turísticos, Outpost es el más sólido.[32] Se trata de un palacio de hormigón, acero y madera incrustado en el matorral tropical, notable por su refinado diseño. En el material de publicidad no se hace mención alguna de que tenga que ver con ninguna población indígena. El otro centro turístico, Pafuri Camp,[33] es una fantasiosa construcción ribereña

30 En el Congreso Mundial de Parques realizado en 2003, Mashangu Livingston Maluleke expuso en nombre de su comunidad los objetivos de esas sociedades. En ese momento, se estampó la frase "no debe citarse" sobre sus declaraciones. Con todo, varios informantes resumieron su contenido para John Comaroff cuando éste visitó la región en marzo de 2007; ya no es confidencial. Deseamos agradecer a nuestro colega y amigo David Bunn por habernos dado a conocer este caso (véanse los agradecimientos).

31 El lector puede hallar la descripción de un proceso análogo aunque diferente entre los masai de Kenia en Azarya (2004: 960-961). "Los masai de los consejos locales de Kajiado y Narok" no sólo "[reciben] un porcentaje de los aranceles de entrada a los Parques Nacionales Amboseli y Masai-Mara [...] Un pequeño grupo de ellos ha inaugurado el Santuario de Vida Silvestre de la Comunidad Kimana y ha negociado con una agencia británica de turismo la construcción de un lujosísimo albergue en ese predio a fin de atraer turistas hacia la región".

32 The Outpost fue fundado por una compañía de Johannesburgo, de nombre Mix, y vendido en noviembre de 2006 a Outpost Co. Ltd. Los dos centros son propiedad de sudafricanos blancos. Nuestra información sobre The Outpost proviene de una visita que hicimos en marzo de 2007 y de una entrevista informal que mantuvimos allí con la señora Johnson, quien ocupa uno de los principales puestos ejecutivos.

33 Buena parte de la descripción que hacemos de Pafuri Camp y de cómo opera allí Wilderness Safaris se basa en una visita de investigación que realizamos en marzo de 2007. En ese momento, hablamos largo y tendido con la señora Hanèl de Wet, administradora del centro, y de manera más breve con otros miembros del personal. Cabe hacer notar que la misma empresa opera otros centros ubicados en el sur de África; según manifiestan, también en beneficio de las poblaciones del lugar. No obstante, los efectos sociales y económicos de esas

de madera y paja operada por Wilderness Safaris, que la publicita como "una muestra de lo que puede suceder cuando las comunidades [...] las autoridades encargadas de la conservación y socios éticos del sector privado trabajan en conjunto en beneficio de todas las partes" (Robins y Van der Waal, s/f: 11). A diferencia del centro turístico anterior, Pafuri Camp, menciona su preocupación por la cultura makuleke y por el mejoramiento de las condiciones económicas de ese pueblo. Los folletos de publicidad informan a los huéspedes que pueden alojarse en Ntlhaveni, en la Aldea Cultural Makuleke (lámina 7) para ponerse en contacto con el estilo de vida vernáculo, "experimentar actividades atávicas o el culto de los antepasados", "tener una sesión privada con un adivino" y "presenciar una entretenida e instructiva representación de la expulsión de los makuleke del Parque Kruger, su lucha y la posterior recuperación de sus tierras".[34] Hay también en Pafuri una tienda de artesanías, y la administración procura ahora que la población de los alrededores produzca piezas para venderlas allí. Por otra parte, Wilderness Safaris ha emprendido un programa agrícola: otorga préstamos a granjeros makuleke con el propósito de que el centro turístico se abastezca con sus productos.

Tanto Wilderness Safaris como Outpost opinan que la población está conforme con su existencia, en parte porque crean puestos de trabajo –en Pafuri, sesenta y tres– en una región donde es difícil hallar trabajo, y en parte porque el porcentaje de la facturación que recibe CPA se ha invertido en proyectos útiles como construcción de escuelas, provisión de electricidad y caminos. Los makuleke que consultamos en marzo de 2007 estaban de acuerdo con esta apreciación. Con todo, *persiste* entre algunos de ellos cierta insatisfacción. Por ejemplo, se dice que su jefe –cuya legitimidad fue cuestionada por el gobernante de la vecina comunidad mhinga (Robins y Van der Waal, s/f)– ha malversado fondos. Las críticas señalan una gran casa de su propiedad construida recientemente y caros automóviles adquiridos por él hace poco. Así, las nuevas fuentes de ganancias profundizan los privilegios "tradicionales". Hay quejas de otro orden también: los pobladores de la zona encuentran trabajo en la empresa, pero en labores mal remuneradas (Tapela y Omara-Ojungu, 1999: 154); hay pocas mujeres en puestos de decisión; entre los guías de Pafuri reina el descontento porque ganan menos que sus

empresas han despertado gran preocupación entre los académicos críticos (véase, por ejemplo, Van Wyk, 2003; Matthers y Landau, 2007).

34 La cita proviene de un volante publicitario que reparten a los turistas en Pafuri Camp y en la Aldea Cultural Makuleke, donde estuvimos de visita en marzo de 2008.

pares de SANParks;[35] la generación de más edad lamenta que se hayan cortado sus lazos con la tierra. Sin embargo, parece que pocos makuleke opinan todavía que estarían mejor si esa tierra no se "arrendara" y se dedicara a la agricultura; no conciben las "sociedades" que se han formado como empresas mixtas sino como meras instancias de capitalismo rentista. Además, por lo general, opinan que los benefician. Como ocurría con los mabaso, el ingreso de esta población en el mundo de los negocios ha agudizado su conciencia de ser "los makuleke". Según un hombre destacado de este pueblo, aun cuando ha causado controversias, el turismo ha "servido para unirnos como comunidad".[36] Todos han contribuido a reforzar esa impresión y, por ende, la imagen de los makuleke como un "pueblo" cohesionado: las ONG, los movimientos en defensa de la tierra, los inversores y los organismos de desarrollo. También ha hecho su aporte en ese sentido un tesoro público creciente, esa etnorriqueza de una economía en la cual lo material y lo moral están indisolublemente unidos.

Entonces, no sorprende que, pese a aspectos a veces profundamente negativos (cf. Van Wyk, 2003), pese a su capacidad de ahondar la falta de equidad en el seno de las poblaciones, los mamone pedi hayan solicitado a su jefe que ideara el modo de "generar ingresos provenientes del turismo recurriendo a nuestra tradición" (véase lo dicho en las pp. 25-26). Tampoco sorprende que haya surgido una nueva camada de pequeñas firmas consultoras, como African Equations de Ciudad del Cabo, dedicadas a recomendar a los "grupos tribales" la mejor manera de comercializarse y comercializar sus productos culturales.[37] Hay una demanda creciente de servicios de ese tipo y también de asesores de más envergadura, como Enterprise IG, que cuenta entre sus clientes a "Royal Bafokeng",[38] emporio del platino del que

35 Entrevista con Innocent Mamatho (que es un seudónimo), ex guardabosque quien ahora ocupa un puesto directivo en SANParks, Thulamela, 5 de marzo de 2007. Mamatho dice que pertenece a la etnia venda.

36 Véase Leon Marshall, "Locals benefit from Pafuri's new lodges", *Sunday Independent*, 24 de julio de 2005, 9. Se debe advertir que los medios también se refieren a los makuleke como "maluleke". Hay explicaciones académicas al respecto, véanse, por ejemplo, Steenkamp y Uhr (2000); De Villiers (1999) y Ramutsindela (2002, 2004).

37 Agradecemos a Silvana Dantu, de African Equations, la descripción que nos hizo de esa empresa, dirigida por un grupo no despreciable de mujeres de color. Nos reunimos con la señora Dantu y con Shareen Parker, su directora, en agosto de 2002.

38 Enterprise IG proclamaba que estaba desarrollando marcas para tres emprendimientos bafokeng: Royal Bafokeng Economic Board, Royal Bafokeng Finance y Royal Bafokeng Resources.

ya hablamos y al que volveremos más adelante *in extenso*. La mayor parte de los etnonegocios que se inician en el país hablan de "adquirir poder [*empower*]" mediante el comercio. Por ejemplo, el gerente de Uthungulu Resorts and Leisure, empresa asociada con la Autoridad Tribal Mabaso, declaró que "la reserva silvestre de la comunidad mabaso" ha demostrado "que el 'empoderamiento' [*empowerment*] negro es una realidad tangible" (véase la nota 29). Paremos mientes en ese término, *empoderamiento*, que en la poscolonia tiene connotaciones de acceso privilegiado a los mercados, al dinero y al enriquecimiento material. En el caso de los grupos étnicos, está francamente vinculado con la idea de hallar algo esencialmente propio y exclusivo, algo para vender inherente a su esencia. En otras palabras, una marca.

Evidentemente, recurrir a lo étnico como medio de "empoderamiento" no es algo que se limite a Sudáfrica, ni siquiera a África ni a esas regiones del globo que antes denominábamos "Tercer Mundo". David Lowenthal (1998: 1) proclama, por ejemplo, que todo el planeta "disfruta con [...] el culto al patrimonio cultural"; por otro lado la "economía cultural" se ha convertido en un proyecto global de enormes proporciones (Sigala y Leslie, 2005: xii; Boniface y Fowler, 1993). Según nos muestra Marilyn Halter (2000), en los Estados Unidos hay una enorme "industria [dedicada a recordarles] a todos los que llevan antepuesto un prefijo al gentilicio *American* [*Afro*american, *Native* American, etc.] que el patrimonio cultural es sumamente valioso, *por mucho que sea lejano o esté olvidado*" (las bastardillas son nuestras). Según www.brandchannel.com, sitio web consagrado a ese tema, se ha "incubado así una generación de expertos en comercialización étnica".[39] El comercio al cual se consagran tales prestidigitadores culturales –y al cual llaman "industria de la etnicidad", sin pedir disculpas a Adorno– rindió alrededor de 2.000 millones de dólares anuales durante los primeros años del siglo XXI; las mayores ganancias provienen de los rubros de alimentos, moda, música y artefactos culturales. Tampoco se trata de un mercado orientado solamente a los estadounidenses de clase media que son consumidores masivos: las grandes empresas norteamericanas parecen inclinarse ahora hacia eso que el *Economic Times* de Bangalore ha tildado de "estilo étnico-chic" para la decoración de interiores a fin de reflejar su responsabilidad moral y su sensibilidad multicultural.[40]

39 Citamos frases que figuran en www.brandchannel.com, en particular en la reseña que hacen de Halter (2000). Véase www.brandchannel.com/books_reviews.asp?sb_id=59, consultada el 2 de junio de 2002.

40 Bindu D. Menon, "Popular crafts put Buddha back with masses", *Economic Times*, 26 de septiembre de 2006, 4. La nota prosigue diciendo que "incluso las

En contrapartida, también florece actualmente en los Estados Unidos otro comercio: la creación de mercados específicos para bienes de consumo con vetas étnicas. Firmas como List Service Direct, Inc., ofrecen "técnicas de segmentación de mercado muy eficaces" para quienes pretenden explotar la identidad en su oferta de productos. En la abigarrada mezcla de entidades que constituyen su clientela, figuran Paine Webber, el Ejército de Salvación, J. C. Penney, K-Mart, la Christian Coalition, Amnesty International, la NAACP,* Hadassah, el Museo del Holocausto y AT&T.[41] Como lo ha demostrado Arlene Dávila (2001: 2-11 y *passim*), la difusión en América del Norte de la categoría étnica "latino" o "hispano", que es un fenómeno relativamente reciente, se debe en gran parte a la industria de la publicidad y las técnicas mercantiles. Así, el mundo de los negocios ha invertido mucho, por ejemplo, en Latinos, Inc. La misma autora continúa diciendo que la "comercialización y la creación" de una identidad pueden estar estrechamente vinculadas: las representaciones comerciales pueden plasmar la identidad cultural de un pueblo y también afectar a las nociones de pertenencia y de ciudadanía cultural en la vida pública" (2). El hecho de que haya elegido en este fragmento la palabra "afectar" es sumamente oportuno por su connotación de causa y de sentimiento. De ahí que una cadena de pizzerías "con clima hispano" que opera en Texas, Arizona, Nevada, California y Colorado –*Pizza Patrón*– acepte pesos, inunde sus salones con música latina, cubra las paredes con diseños que recuerdan mosaicos mexicanos y haya adoptado un logotipo obvio: un hombre con grandes mostachos y sombrero característico, todo ello a fin de crear "un nuevo contexto para la pizza. Algo que se *sienta*... hispánico". Ostensiblemente, en este caso se pone el acento en utilizar herramientas estéticas para evocar afectos, que por su parte se van convirtiendo cada vez más en mercancía.[42]

Lo mismo está ocurriendo en el Reino Unido, aunque no en idéntica escala. La descomposición de la *Gran* Bretaña –imaginario nacional corroído por la afirmación de particularidades culturales y la reivindicación de autonomías políticas– aumenta en proporción directa a la producción y venta de los patrimonios culturales inglés y celta (véase, por ejemplo,

---

empresas clientes que optan por oficinas supermodernas [...] dedican algún rincón a la etnicidad".

* National Association for the Advancement of Colored People, fundada en 1909. [N. de las T.]

41 Véase http://listservicedirect.com, consultada el 9 de agosto de 2006.

42 Rob Walker, "Branding by the slice", *New York Times Magazine*, 11 de febrero de 2007, p. 28. Las bastardillas son nuestras, pero los puntos suspensivos pertenecen al original.

Hewison, 1987).[43] Así fue como *Scotland the Brave* se transformó en *Scotland the Brand* (McCrone, Morris y Kiely, 1995; véase lo dicho en p. 14) y así también Gales se promociona –especialmente ante el auditorio cautivo de los vuelos de British Airways– como un ámbito único para los negocios, único por la naturaleza del lugar, por su historia, por su capital humano y por el temperamento cultural de su pueblo. También se observa un rápido crecimiento de la industria étnica dentro de las propias fronteras de Inglaterra, que hizo gala de una histórica indiferencia por la diferencia aunque ahora parece *más* y *menos* tolerante a la vez. Allí también se multiplica la etnocomercialización. Proliferan firmas con nombres tales como Namaste-UK Ltd. (proveedores de "serigrafías étnicas tradicionales"); Punjab Kitchen Ltd. (que anuncia "auténticas comidas *halal* y platos étnicos asiáticos); Ethnic Interiors Ltd. ("artefactos hechos a mano [...] de Kenia y otros lugares más lejanos"); Ethnic Britain (guía nacional para facilitar los contactos entre la comunidad de los negocios y las minorías étnicas); Totally Jewish Property ("proporciona servicios profesionales para comprar y vender bienes raíces en Londres"); Ethnic Food Action Group Ltd. ("propulsora de las empresas de alimentos étnicos" de Yorkshire y Humberside); EthniCity ("pone a su alcance los hermosos productos étnicos de muchas culturas del mundo entero") y el servicio en línea www.Jewish.co.uk (edita una guía de servicios para empresas).[44] Lo más notable es que las poblaciones étnicas se han convertido en objetivo de la industria de las franquicias: www.whichfranchise.com –miembro de la British Franchise Association– hace propaganda para que los "asiáticos" que, en su opinión, tienen un espíritu de empresa *innato*, se dediquen a los etnonegocios aprovechando

43 Según Lowenthal (1998: 4), en el Reino Unido, la "preocupación por el legado cultural data de 1980, más o menos", lo mismo que en los Estados Unidos y en Francia. Adviértase a este respecto el auge de una nueva disciplina, *Heritage Studies* [Estudios del legado cultural], a partir de la década de 1990 (Howard, 2003: vii; 4, 14 y ss.). Por otra parte, en la esfera del "turismo cultural", como se le dice, también se han desarrollado cuadros de profesionales y toda una bibliografía destinada a ellos (véase Walle, 1998).

44 Véanse, respectivamente, http://www.namaste-uk.com, http://www.punjabkitchen.co.uk, http://www.ethnic-interiors.com, http://www.ethnicbritain.co.uk, http://www.totallyjewishproperty.com/agents/, http://www.foodyorkshire.com/foodyorkshire/view.asp?content_id=329&parent_id=5, http://www.ethnicity.uk.com y http://www.prweb.com/releases/1999/11/prweb10581.htm, consultadas todas el 20 de noviembre de 2007. En esa misma fecha, un motor de búsqueda Google en el que buscamos la frase "*marketing ethnicity in England*" nos informó que había 12.500 coincidencias.

el "hecho" de que "a las minorías étnicas obtener franquicias [para bienes y servicios culturales] no les queda mal".

Desde luego, no todas las etnoempresas de Inglaterra comercian con productos o servicios específicamente culturales. Un rápido examen de la guía de negocios asiáticos del Gran Londres (o de las Midlands) indica que algunas lo hacen y otras no. Es más, hay grandes diferencias en el grado en que las comunidades adoptan rasgos empresarios. Tampoco es cierto que la comercialización de etnoproductos y procedimientos provenga siempre de fuentes convencionales. Por ejemplo, en 1998, una publicación respetable como *Independent on Sunday* publicó una historia –escrita en tono de irónica imparcialidad– acerca de Heather Campbell, conocida también como Moon Owl, quien oficiaba de guía chamánica. Había adquirido sus poderes ocultos mediante un aprendizaje de siete años junto al jefe Harley Swiftdeer, de la Deer Tribe Medicine Society de California.* A decir verdad, los miembros de esta "Deer Tribe" [Tribu de los ciervos] *no* son tales. Harley, el fundador, es medio cherokee y medio irlandés, y su "tribu" tiene sede en Los Ángeles. Así y todo, según el *Independent*, Moon Owl fue contratada por empresas tan formales como Shell Oil, Hasbro Bank y Gossard Lingerie para asesorar a sus ejecutivos "reemplazando los rituales del directorio por los que ella sugiere para ponerlos en contacto con la diosa que habita en el interior de cada uno". Moon Owl los lleva a hacer caminatas terapéuticas recurriendo a los etnoconocimientos que adquirió entre los deer. No se nos informa si Campbell vende sus servicios por cuenta propia o en nombre del presunto grupo étnico al que ingresó, pregunta que surge siempre que hay enajenación de "conocimientos indígenas". Sin embargo, la venta del patrimonio cultural deer –etnomarca que no es nada económica– parece contar con una interesante cartera de clientes.[45]

En el discurso académico de los últimos tiempos hay ecos de ese afán por reunir la construcción de marcas, la comercialización, la cultura y la iden-

* La Deer Tribe Medicine Society es un movimiento social y espiritual descentralizado de corte *New Age* que procura hallar la "verdad universal". Entre otros temas, incluye astrología, esoterismo, medicina alternativa y música. Su fundador, Harley Reagan, sostiene que los procedimientos que utilizan provienen de antiguas culturas de América, como la olmeca y la maya. [N. de las T.]

45 Lillian Pizzichini, "Shaman on you", *Independent on Sunday (Real Life)*, 3 de mayo de 1998, p. 5.

tidad, aspiración que comparten Tswagare Namane y Dawid Kruiper, los shipibo y los escoceses, MEGA y los mabaso, Cataluña y KwaZulu. Escribiendo acerca del mundo poscolonial, Martin Chanock (2000: 24-26) sugiere que, en una época en que las "fantasías sirven cuando la realidad fracasa", las técnicas de publicidad contemporáneas –esas armas neoliberales de instrucción masiva– se utilizan en la producción y la alienación de la cultura.[46] En este contexto, el término cultura no tiene el sentido de la antropología sino que se refiere a esa noción que reivindican quienes pretenden afirmar una subjetividad colectiva objetificándola para el mercado. En particular, dice Chanock, el proceso de construcción de marcas –construcción de un lazo afectivo con un producto que tiene un nombre, con su forma-*objeto* y con la *idea* de una asociación con él– "nos da muchas pistas para comprender cómo se genera la lealtad a una cultura". Lo dicho puede trasladarse, sin cambios significativos, a la identidad étnica e, incluso en algunos casos, a la identidad nacional. Ése, precisamente, es el meollo de la cuestión. Para sobrevivir, concluye Chanock, "las culturas, como las marcas, deben esencializarse [...] las culturas que prosperan y perduran son las que mejor funcionan como marcas". Esta opinión se parece asombrosamente a lo que decía el anciano tsuana que citamos antes, aunque él hablaba de manera más franca: "Si no tenemos nada nuestro que vender, ¿entonces no tenemos *cultura*?".

Un caso notable de tradición que se transforma en mercancía, el de los pedi, es un buen ejemplo de los méritos competitivos de las culturas "que mejor funcionan como marcas". Recordemos que uno de los grupos que integran ese pueblo, los mamone, pidieron a su jefe que emprendiera la ruta del turismo para lograr bienestar económico. Vamos a referirnos ahora a la *koma*, su escuela de iniciación. La mayor parte de los pueblos indígenas del sur de África consideran que los ritos de iniciación sirven para transmitir la esencia misma de su "saber profundo". En ese contexto sagrado, que culmina con la circuncisión, se relatan y reproducen los secretos medulares de la cultura vernácula. Allí también los jóvenes reciben la investidura de adultos a través de las vías culturales que correspon-

46 El comentario de Chanock se inscribe en el contexto de una crítica al papel que desempeña "la cháchara sobre la cultura" en el ámbito político del mundo de las ex colonias, específicamente el hecho de que la diferencia se reduzca ontológicamente a la cultura (cf. Mamdani, 2000: 2). La interpolación en su argumento sobre las "armas de instrucción masiva" es nuestra, así como la definición de la construcción de marcas en la oración siguiente, que va más lejos que la suya.

den, y se les inculca la disciplina y el respeto a la autoridad (J. Comaroff, 1985: 85-118). En todo el país existen escuelas de esa índole, muy concurridas además. Por otro lado, son tema de polémicas públicas, originadas sobre todo por el número perturbador de muertes y lesiones genitales graves que sufrieron en los últimos años los jóvenes participantes.[47] Según Bárbara Oomen (2005:161-162), "para los pedi la *koma* se ha convertido en un negocio lucrativo", no sólo porque "los pobladores pagan entre 200 y 1.500 rands [entre 33 y 250 dólares]" por participar. Ocurre que se inscriben también muchos jóvenes que *no* son de la zona, a pesar de que "los precios [...] son muy superiores para ellos que para los miembros de la comunidad" (162, nota 129) y más altos aun que los de otras alternativas. La *koma* de marca pedi se ha convertido en un producto de nicho en un mercado de cultura regional y ha desplazado a otras versiones locales de la misma ceremonia, entre ellas, a un renombrado rito de iniciación femenina de los venda, que se cobra a razón de tanto por servicio (McNeill, 2007: 115).[48] En una economía pobre hasta la desesperación, la enajenación de las prácticas indígenas *es, sin duda* –como había previsto Namane–, un medio de autoconstrucción y una fuente de sustento material. En muchos lugares, la supervivencia cultural ha cedido su lugar a la supervivencia por medio de la cultura. Tal como dice Xie (2003: 14) refiriéndose a la población étnica li de la isla de Hainán, en China, la transformación en mercancía de su estilo de vida consuetudinario –a menudo reinventado– "es vital para su supervivencia y sustentabilidad". E incluso para su "regeneración cultural", agrega Hillman (2003: 183) hablando de la región noroccidental de Yunán.

47 Según la Comisión Sudafricana de Defensa de los Derechos Humanos, sólo en la provincia Occidental del Cabo, 215 iniciandos murieron y 118 sufrieron la amputación del pene entre 2001 y julio de 2006. Véase, por ejemplo, "Ndebele initiations safe because they put pride before profit", *Cape Times*, 24 de octubre de 2006, p. 4. A la luz de lo que sigue, resulta significativo que el secretario de una escuela ndebele de iniciación de otra zona de Sudáfrica haya achacado los accidentes al "afán de lucro" de quienes estaban a cargo de los ritos.

48 Según Fraser McNeill (2007: 92), el empeño que ponen los líderes venda en "preservar las actividades culturales" forma parte de un "intento ideológico para volver a prestigiar esa marca". Por iniciativa suya se ha fundado con la ayuda del Consejo Nacional de las Artes un "centro en pro de la tradición" (*Dopeni Vhulungani Siala*) en la zona de Tshivhase, que anuncia cursos sobre armado de collares y danzas tradicionales que cuestan un arancel fijo. La participación en la ceremonia *domba* de iniciación femenina cuesta 300 rands. Se permite la inscripción de personas ajenas a la comunidad por un precio mayor (McNeill, comunicación personal, junio de 2007).

Se ha dicho más o menos lo mismo de muchos otros pueblos, entre ellos de los maoríes de Nueva Zelanda (Shannon, 1995), de los "cajunes" de Luisiana (Esman, 1984) y de los pueblos originarios del sudeste de los Estados Unidos (véase, por ejemplo, Paredes, 1995). Idéntico caso es el de Bali: allí, las cremaciones funerarias se han popularizado entre los turistas de ultramar, y las versiones de las danzas rituales que se representan ante un público que paga se han ganado incluso la preferencia de los pobladores del lugar, de suerte que "se llevan a cabo en los templos" desplazando a las otras danzas, "antiguas y sagradas"; allí también –como en Yunán– el turismo se ha transformado en un "elemento vital para la supervivencia y recuperación de las formas culturales" (Sanger, 1988: 99-100). No obstante, las cosas no son tan rectilíneas como estos textos sugieren: hay curvas, e incluso giros de ciento ochenta grados en todo esto. Aparentemente, en una población, cuanto más se transforma la diferencia en mercancía, tanto más rápidamente se degrada lo que la hacía diferente, y cualquier valor que esa diferencia podría haber conferido. Este comentario corresponde a la anunciada curva. Pese a ser antitéticas en todos los otros aspectos, la economía clásica y la teoría crítica estarían de acuerdo con lo que acabamos de decir: la economía, en virtud de las leyes de la oferta, la demanda y la rentabilidad marginal decreciente; la crítica, porque supone que, para bien o para mal, un producto cultural pierde su aura una vez que se multiplica para el consumo masivo.[49] A menudo se dice que esa misma paradoja es algo inherente a los afanes de quienes compran lo exótico-como-mercancía con el fin de hallar un sentido de redención en su vida: cuanto más empeño ponen en buscar su yo alienado en el numinoso *Geist* de otros, tanto más velozmente sucumbe ese *Geist* a los corrosivos efectos del mercado (cf. Povinelli, 2001). Por ese motivo se suele decir que el "turismo étnico destruye [...] lo que se propone hallar" creando –en lugar de [la apariencia de] "autenticidad"– un sentimiento de "chatura cultural" en el cual toda sensación de pertenencia y significado queda erosionada, arrasada hasta lo superficial (Hillman, 2003: 182; según Britton, 1991; cf. Boniface y Fowler, 1993: 2).

Y ahora viene el giro de ciento ochenta grados. La transformación de la cultura en mercancía y la constitución de la identidad como empresa con la que está entrelazada son procesos menos lineales, menos teleológi-

49 Usamos "aura" en el sentido de Benjamin (1936 [1968] véase el capítulo 1, nota 5) para connotar el respeto reverencial que se experimenta en presencia de las auténticas obras de arte en la era de la reproducción mecánica. Según Benjamin, el aura es algo escurridizo que la producción en masa parece aniquilar. Volveremos más tarde sobre este tema.

cos y más caprichosos que la presentación que hacen de ellos la economía clásica y la teoría crítica. Ni para los consumidores ni para los productores desaparece al aura de las etnomercancías apenas ingresan al mercado. Como hemos visto, algunas veces, se la descubre de nuevo, se le insufla nueva vida, se la recupera. Pues la etnomercancía es algo sumamente extraño, sin duda. Frente a muchos supuestos tradicionales sobre el precio y el valor, el atractivo de esa mercancía radica precisamente en el hecho de que, aparentemente, *es refractaria* a la racionalidad económica habitual. Ello es así, en parte, porque la diferencia que pregona puede reproducirse e intercambiarse sin que pierda aparentemente su valor original (Alexander, 2004a: 119). ¿Por qué? Porque la "materia prima" que la constituye no se agota con la circulación masiva. Por el contrario, la circulación masiva reafirma la etnicidad –en general y en toda su particularidad– y, al hacerlo, confirma el estatus del sujeto étnico encarnado, como fuente y como medio de identidad. En otras palabras, en este caso, a mayor oferta, hay mayor demanda. ¿Cuál es la consecuencia de esta situación? Que el aura puede conservarse, tanto en la reproducción de estos objetos como en su exclusividad (Steiner, 1999), en su transformación en eso que Bruner (1999) llama "reproducciones auténticas". Y las reproducciones auténticas, como las "imitaciones auténticas" suelen subrayar la exclusividad del original (Comaroff y Comaroff, 2006: 13-14). No siempre, desde luego. Los productos y las prácticas culturales a veces sucumben a la lógica de la oferta y la demanda (véase lo que decimos más adelante). Con todo, cuando se trata de la etnomercantilización, el "drama del aura y su declinación"[50] se desenvuelve a veces de manera imprevisible, planteando, como veremos, algunas cuestiones teóricas generales acerca de la triangulación entre la cultura, la identidad y el mercado.

¿Qué podemos inferir de todo lo que venimos diciendo? ¿Será acaso que se desenvuelve ante nuestros ojos una metamorfosis en la producción de la identidad y la subjetividad, en la política y la economía de la cultura, y una metamorfosis concomitante en la ontología de la conciencia étnica? ¿O somos, en cambio, meros testigos de una intensificación de algo que ha estado dando vueltas durante mucho tiempo, algo inmanente que se ocultaba en la penumbra de la enrevesada y a menudo inesperada historia del capitalismo y que ahora aparece de cuerpo entero ante nuestros ojos? ¿Acaso son posibles *las dos* cosas? Y si es así, ¿cómo las explicamos? ¿Adónde nos

50 Mark Anthony Neal, "Benjamin, Warhol and the aura: Use-value and exchange-value", *The Pinocchio Theory*, archivo blog, 26 de octubre de 2005; http://www.shaviro.com/Blog?p=453, consultada el 10 de julio de 2006.

lleva todo esto? Adviértase que, al plantear el problema en estos términos, *no* tratamos a la etnicidad, la cultura y la identidad como constructos analíticos sino como abstracciones concretas que los seres humanos utilizan en su esfuerzo cotidiano por habitar mundos sustentables. Sostendremos que la aparición de la Etnicidad S.A., la etnicidad-empresa, implica un proceso doble –aunque no sea el mismo en todas partes, ni tenga en todas partes la misma intensidad ni idéntica pasión–; implica una dialéctica, aunque no en el sentido sobredeterminado, totalizador, que causa horror a buena parte de la teoría posmoderna. Un elemento de ese proceso es la constitución de la identidad como persona jurídica o ideal, la traducción de poblaciones etnicizadas en entidades de un tipo u otro. El segundo elemento es la subrepticia transformación en mercancía de sus productos y prácticas culturales. A su debido tiempo, quedará claro cómo se relacionan esos dos polos dialécticos para dar forma al futuro de la etnicidad. También abordaremos otras cuestiones no resueltas, algunas de las cuales ya hemos insinuado: ¿Cuál es el papel preciso que desempeña el capitalismo neoliberal, concebido en sentido lato, en la constitución de la identidad como persona jurídica? Si se nos permite esta falta de sutileza, ¿quiénes son sus principales beneficiarios? ¿Quiénes la padecen y en qué medida? ¿Cuáles son las consecuencias de la etnicidad-empresa para la etnopolítica cotidiana, sobre todo para la que se lleva adelante por medios violentos? ¿Y cuáles son sus consecuencias para el afecto, que durante tanto tiempo fue considerado parte integral de la conciencia étnica? ¿Es probable que alguna porción del nuevo orden global se libre de los procesos que describimos?

Pero nos estamos adelantando.

Hay algo, sin embargo, que *ya* está claro: sea que lo sepamos o no, que lo comprendamos o no, sea que nos guste o nos disguste, el hecho de indagar qué es esa etnicidad-empresa tiene algunas consecuencias no triviales para teorizar la época en que vivimos.

2
Cuestiones de teoría

Detengámonos aquí para exponer tres conjuntos de observaciones teóricas, cada uno de los cuales es fundamental para analizar el tema de la Etnicidad S. A., es decir, la etnicidad como persona jurídica o ideal. El primero tiene que ver con la naturaleza de la cultura, por así decirlo, con su concepción, su posesión, su circulación y su transformación en mercancía. Lo abordaremos en primer lugar porque las opiniones arquetípicas sostienen que constituye el núcleo existencial de la conciencia étnica: etnicidad = *cultura* + identidad, expresión en que las dos vertientes se entrelazan de manera indisoluble. El segundo conjunto de observaciones tiene que ver con la etnicidad misma, con su ontología y la manera en que se la enfoca en las ciencias sociales; el tercero tiene que ver con la identidad, la subjetividad, la individualidad, tal como esos tropos han hallado lugar en el Estado-nación del siglo XXI y sus imaginarios, cada vez más incómodos, más polimorfos.

I. ACERCA DE LA TRANSFORMACIÓN DE LA CULTURA EN MERCANCÍA

Las etnomercancías, la cultura y el mercado: la teoría crítica como caricatura, Adorno como farsa

A esta altura debe de ser evidente, ya que cuando la etnicidad se constituye como persona jurídica o ideal hay mucho más en juego que la marcha del mercado o el crecimiento global de una ética empresaria. Aun cuando se la comercializa, *de hecho*, cada vez con menos tapujos en todo el mundo, persiste la presunción de que la identidad cultural es inalienable, de que no puede ser convertida en mercancía en la medida en que es algo inherente a la esencia humana. Los académicos se han mostrado curiosamente len-

tos para disipar esta fantasía. No sólo han rehuido analizar las dimensiones económicas de la formación de la identidad (Halter, 2000: 12), también suelen dar por sentado que la cultura es la expresión de buena fe del *Geist* colectivo, pese a que, ya en la década de 1970, los antropólogos registraban su venta "por kilo" y comenzaban a describir el etnoturismo como "transformación de la cultura en mercancía" (Greenwood, 1977). Sin embargo, aún se creía que su aura era invulnerable al comercio. Hay una ineluctable tensión entre el ser cultural –nos decían Clifford Geertz (1963: 108-111) y otros autores (cf. Chabal y Daloz, 2006: 113-114)– y el impulso racionalizador de la modernidad. Y esas opiniones estaban muy cerca de la teoría crítica y del énfasis que ponía Adorno (2006: 236) en afirmar que, cuando los medios masivos se apropian de las "patrias" culturales –incluso de aquellas que celebran–, reducen su "carácter único [...] a una mismidad intercambiable". Se advierte en estas frases la vieja angustia modernista, "el espectro de la diferencia que se desvanece" (Bayart, 2005: 7). Pero la "industria de la etnicidad" reproduce la teoría crítica como caricatura; repite a Adorno como farsa,[1] apostando su futuro precisamente a ese tipo de comercialización masiva que se suponía fatal para el valor aurático de los productos culturales. ¿Estaríamos entonces ante un ejemplo de la tesis de Rancière (1999: 113), según la cual las condiciones globales que predominan en la actualidad nos llevan a revivir, sin vergüenza y a plena luz, los oscuros secretos de la modernidad, en este caso, la complicidad entre la cultura y el comercio?

Desde hace mucho tiempo se ha cuestionado la visión de la modernidad como un implacable avance caracterizado por la racionalización y la transformación en mercancía de casi todo, por la disolución de lo particular concreto en universales abstractos. Por una parte, se ha invocado la diferencia de lo "local", que no es posible erradicar y constituye un verdadero reto (cf. Graeber, 2002); por otra parte, se ha puesto en duda el carácter télico totalizador de la dialéctica hegeliana y marxiana (Comaroff y Comaroff, 1997: 410; Mazzarella, 2003). Aquí nos ocuparemos de este segundo tipo de crítica. Como Mazzarella (2003: 41-43), discrepamos con los imaginarios históricos que suponen un "proceso de abstracción unidireccional" que, según se dice en la era posmoderna, erradicaría todo vestigio de exis-

1 En su célebre ensayo sobre "la industria cultural", Adorno y Horkheimer (1979 [1945]) comparaban la moderna cultura de masas con la producción fabril por su capacidad de producir mercancías estandarizadas, bienes cuyo consumo hacía que el populacho también se estandarizara, sometido a los deseos que fogoneaba el mercado y dócil frente a la explotación.

tencia no alienada, eliminaría cualquier "exterior" desde el cual fuera posible confrontar el consumismo global. Por etéreo que parezca tal cual se ha desarrollado, el capitalismo sigue siendo una formación social *anclada* concretamente, que adquiere forma a través de los procederes de los seres vivientes, una formación social cuya historia no está sobredeterminada desde el comienzo (cf. Postone, 1993). Ni sus determinaciones ni sus abstracciones son absolutas *jamás*: el desorden inabordable de lo concreto, lo contingente, siempre las excede. Hay en esta formulación matices de algo que Marx señaló con insistencia: que el fetichismo de la mercancía nunca encubre totalmente las condiciones de su producción. Aun las imágenes que intervienen en la reproducción del capital, añade Mazzarella (2003), tienen una exuberancia material, un exceso irreductible a las "exigencias de abstracción del valor de cambio". Recordemos a este respecto que las danzas balinesas ideadas para atraer los dólares de los turistas, capturaron de tal modo el imaginario de los "nativos" que acabaron reemplazando las danzas sagradas y auráticas que antes se llevaban a cabo en el templo (véase p. 39).

A lo largo de la historia de la modernidad, la tensión entre lo abstracto y lo concreto, entre lo universal y lo particular se ha reiterado de manera incesante. Y sigue reiterándose. La industria de la identidad es un ejemplo notable en este sentido. Los que procuran estampar una marca distintiva de su otredad, aprovechar lo que los hace diferentes, se ven en la necesidad de hacerlo en los términos universalmente reconocibles con los cuales la diferencia se representa, se comercializa, se hace transable por medio de los abstractos instrumentos del mercado: el dinero, la mercancía, la conmensurabilidad, el cálculo de la oferta y la demanda, el precio, la marca comercial. Y la publicidad. La etnicidad-empresa, Etnicidad S.A., está moldeada también por el lugar central que ocupan los medios de masas en el consumismo planetario, cuyo efecto es que el contrapunto entre lo singular y lo genérico se pone ahora en acto, como decía Rancière, "a plena vista del público". De ahí aquella muchacha zulú retratada en el enorme cartel publicitario de Ciudad del Cabo, cuya imagen no permite decidir si ese rostro seductor evoca la femineidad zulú, lo erótico globalizado, el estilo étnico-chic o la moda mundial. Ni siquiera es posible decidir en este caso si existen esas alternativas: podría ser que esa imagen-mercancía excediera cualquier esfuerzo por hacer que represente algo en particular.

De hecho, la industria de la identidad es un ejemplo muy revelador de esa tensión múltiplemente mediada entre lo universal y lo particular. El etnocomercio alimenta un modo de producción y reproducción cada vez más ubicuo, nacido de una época en la que –como ya dijimos– la venta de la cultura ha sustituido la venta del trabajo en muchos lugares. De toda esta

situación surgen de inmediato dos interrogantes. En el reino de la economía de la identidad, ¿qué es lo que hace las veces de capital y qué hace las veces de trabajo? ¿Y quién controla las condiciones en que se representa y se enajena la cultura? Rápidamente, se puede responder que hay una enorme variación empírica. En muchos casos, empresarios ajenos a la comunidad explotan a pueblos marginales en nombre del turismo cultural, originando nuevas dependencias étnicas (cf. Cohen, 1983).[2] Entre los miembros de la comunidad misma –si es que se pueden trazar tales fronteras–, la división del trabajo y el aprovechamiento de las ganancias respeta a menudo las líneas endógenas de desigualdad (véanse pp. 31-32). Aunque no siempre. El etnocomercio puede ser una oportunidad para crear valor de diversos tipos, no solamente para los que ya tenían una posición favorable para hacerlo. Entre otros autores, Chambers (2000: 102 y ss.) muestra que, tanto en el norte como en el sur, hay muchas poblaciones minoritarias que adquirieron mayor autonomía, incrementaron su presencia política y mejoraron sus circunstancias materiales administrando con habilidad su potencial turístico y todo lo que ha llegado a connotar (cf. Swain, 1990; Maurer y Zeigler, 1988; véase también lo que decimos al respecto más adelante).

Por consiguiente, los proveedores de autenticidad étnica, *no* son proletariados alienados, esclavos del fetiche de su propia esencia enajenada, por ligados que estén al mercado. Tampoco se han convertido ellos mismos en fetiches. Excepto tal vez en casos extremos, no tienen solamente un mero "valor de exhibición" (Benjamin, 2002: 106) que se marchita con la exposición a la mirada del público. Volvamos a Tswagare Namane, quien dejó en claro que existe en esas situaciones un proceso "simultáneo de autodistanciamiento y de autorreconocimiento" (McLuhan, 1994: 57).[3] Para Namane, la búsqueda de la identidad descansaba en la esperanza de que, hallando algo viable para el mercado, se podría reivindicar un legado colectivo y atesorarlo, encontrar algo que le permitiera afirmar su propio

2 A este respecto, vale la pena recordar las actividades de organizaciones como Suoma Sami Nuorat, movimiento de protesta del pueblo sami que denuncia la explotación de su cultura y sus imágenes por parte del gobierno finés y de empresas turísticas de ese país. Los miembros de esta organización han realizado demostraciones en el Parque Temático Santa Claus de Rovaniemi, capital de Laponia. Por otra parte, tienen un "sitio de protesta" en internet, *SSN*, en el cual se enumeran una serie de agravios, desde "ceremonias 'chamánicas' falsificadas" y "fantasías invernales" laponas hasta mazos de naipes que representan alegres personajes sami como si estuvieran borrachos, drogados o trastornados. Véase http://boreale.konto.itv.se/rovaniemi.htm, consultada el 8 de diciembre de 2006.

3 Citado por Mazzarella (2004: 357).

valor. Y su humanidad. Según sugieren sus dichos, para ser humanos hoy debemos "tener una cultura". Podemos hallar los mismos sentimientos en otros contextos. Geismar (2005: 453) señala que la reproducción y venta de tallas de North Ambryn en Vanuatu indica que "la transformación de la *kastom* en mercancía [...]" puede enriquecer "un orden social y moral indígena" e intensificar la sensación de que hay "agenciación indígena". Recordemos también el silogismo de Xie, que vinculaba el comercio con la autenticidad cultural y los afectos: según sus palabras (2003: 6), en Hainán, el turismo ha convertido "una danza-mercancía en una 'auténtica' expresión cultural aborigen", acicateando el deseo de identidad y creando un instrumento cargado de afecto para hallar "un verdadero *self*". Eso es exactamente lo opuesto a la alienación producida por la abstracción, lo contrario a la corrosión que entraña la transformación en mercancía.

Por lo que vemos, muchos de los sujetos que hemos encontrado hasta ahora han sido observadores apasionados y críticos, a menudo irónicos, de las imprevistas posibilidades generadas por la comercialización de su identidad, su esencia, sus productos y prácticas culturales. No son los únicos que adoptan esa actitud. Se dice que cuando los bailarines de la etnia xavante de la región amazónica se presentan ante espectadores brasileños, lo hacen porque procuran un "'reconocimiento existencial' [...] por parte de personas ajenas a su pueblo, reconocimiento que consideran esencial para la meta suprema que se han fijado de perpetuar su 'continuidad cultural'" (Graham, 2005: 625). El público que los contempla tal vez interpreta esos espectáculos como "elementos indiciales de segundo orden" (637, según Silverstein, 1996), signos que indican muy poco fuera de la "identidad xavante" o la "identidad indígena". No obstante, para los que danzan, ese empeño en "difundir hacia afuera su exclusiva identidad y cultura –en sentido horizontal– haciéndolas conocer en ámbitos públicos globales" (636) evoca una trama enriquecida de emociones, deseos, pasiones e intereses.

La distinción implícita aquí entre producción y recepción, entre el que danza y el que consume, conlleva mayor complejidad. Recordemos el comentario de Dawid Kruiper de que las tradiciones y el estilo de vida de los ‡khomeni san perdurarían "en el recuerdo" de los turistas que los veían. Para esos turistas –esos consumidores–, el "otro" aborigen de ese drama puede servir de fetiche, en el sentido freudiano y no en el marxiano: un sustituto para su propia falta de autenticidad cultural y plenitud, para su propio exilio del incontaminado afecto por la natural vida-en-el-mundo. Para usar una frase de Žižek (s/f), ese salvajismo no enajenado es un "complemento necesario" del mito de la modernidad civilizada. No es que el encuentro siempre pueda aliviar totalmente la sensación de falta. Es mucho

más probable que la búsqueda de un "verdadero *self*" por esos medios –podría haber dicho Lacan– *agudice* la ausencia sentida, que reproduzca el deseo no correspondido, en el núcleo de la identidad. Para los san, el intercambio tiene una valencia algo diferente, entraña una configuración diferente de la identidad, la pérdida y la regeneración de la individualidad. En cierto nivel, es, sin duda, una prueba de las penurias que sufren quienes, para sobrevivir, deben llevar a cuestas la novela de su propio primitivismo y contar con el caprichoso reconocimiento de extraños que pagan por verlos.[4] Pero las cosas pueden ser aun peores. Volvamos una vez más a Benjamin (1968: 216): según él, el aura de los objetos históricos puede compararse a la de los objetos "naturales", a una cadena de montañas que corta el horizonte o a una rama y la sombra que proyecta. En ambos casos, el aura es un "fenómeno producido exclusivamente por la distancia, por cerca que esté [el objeto]". Es la distancia de lo esquivo, sea en el tiempo o en el espacio. Distancia hecha añicos por la tendencia moderna de considerar equivalentes todas las cualidades, de "acercar las cosas" y asirlas consumiendo un calco de ellas mecánicamente reproducido. Formas que nos brindan acceso a algo al precio de la presencia auténtica, formas que "liquidan [...] el valor tradicional del [...] legado cultural". Por ende, Benjamin bien pudo haber augurado que, brindándose a los turistas y presentándoles sus artefactos, los bosquimanos corrían el riesgo de aniquilar su propia mística,[5] de quedar reducidos a símbolos de algún tipo, nuevos "elementos indiciales de segundo orden".

Ocurre que la explotación comercial intensiva de la identidad étnica entraña, por así decirlo, un pacto fáustico que acaba en la autoparodia y la devaluación. Ahora bien, si les creemos a gente como Kruiper, o como los bailarines de la etnia xavante o los habitantes de la isla de Hainán, también parece que esa comercialización (re)crea la identidad, (re)anima la subjetividad cultural, (re)carga la conciencia colectiva de sí trazando

4 A su vez, esa situación puede tener un efecto equívoco sobre el autorreconocimiento étnico. Roger Chennells (comunicación personal) cuenta lo que oyó decir a unos adolescentes en las afueras de un flamante asentamiento san de la zona septentrional del Cabo. Discutían si debían o no asumir la vestimenta "nativa" a la cual tenían derecho.

5 A diferencia de Adorno, Benjamin no lamentaba la "desintegración del aura" (Buck-Morss, 1989: 416, nota 133). Consideraba que el "aura estética" de los objetos era una ilusión subjetiva, en contraposición al "aura metafísica" que "resplandecía" cuando se ponía de manifiesto su verdad. Para él, la cultura de masas, origen de la perplejidad moderna, también generaba la energía que podía impulsar una política del arte reveladora.

nuevos perfiles de socialidad, inscriptos todos en el mercado. Y a menudo produce esos efectos volviendo *más ambigua* la distinción entre productor y consumidor, entre el que actúa y el espectador: ahí radica la complejidad, el apéndice a los dichos de Benjamin. ¿Por qué? Porque los productores de cultura *también* son consumidores de cultura que, al verse, sentirse y escucharse representar su identidad –objetificando así su propia subjetividad–, (re)conocen su existencia, la aprehenden, la domestican, actúan sobre ella y con ella. Namane, Kruiper y los demás fueron bastante explícitos al respecto. A la inversa, los consumidores se convierten también en productores, cómplices de esa puesta en acto: según los san, su tradición perdura alojándose en la conciencia del otro-turista. Marjorie Esman (1984: 465) dice algo similar con respecto a los cajunes de Luisiana, quienes, según esta autora, son "turistas en su propia cultura" pues su estilo de vida tradicional les resulta tan exótico como a los que vienen de afuera. Más aun: la versión hecha mercancía y representada para los visitantes y con ellos –con su "*necesaria* [...] asistencia"– *se transforma* en lo "auténtico", lo "original". Como sugiere Xie (2003: 6), la autenticidad "no es una propiedad inalterable de un objeto o situación sino un atributo que se negocia". Y en el curso de esa negociación, esos estilos de vida exóticos se domestican y dan su forma manifiesta a la identidad cajún contemporánea.

¿No se insinúa en esos comentarios que quienes buscan la autenticidad y el sentido transformando su identidad en mercancía se dejan engañar en última instancia por el mercado y sus arcanos (cf. MacCannell, 1989)? A primera vista, parecería que es así: las etnomercancías y el valor que procuran están sujetos en muchos sentidos a los caprichos del capital y a la depredación de los que se benefician con su circulación. Con todo, esta respuesta es demasiado simple. Quienes (rei)vindican su "naturaleza" étnica esgrimiendo un espíritu de empresa vinculado con el suelo a menudo parecen hacerlo con una buena dosis de conciencia crítica y táctica. Como los xavante que, recurriendo a sus danzas, procuraban enriquecer sus condiciones de existencia en la Amazonia brasileña impresionando a los foráneos con su condición de "pueblos indígenas" y todos los derechos que esa condición entraña hoy en día (cf. Graham, 2005: 632). O bien como los catalanes, que fomentan la economía de la identidad recuperando modos anteriores de producción como "alternativa a la globalización", en pos, según dicen, de un sentimiento colectivo renovado. También como Tswagare Namane, que hizo aquella sutil distinción entre la "etnicidad" –la identidad como patrimonio– y el "etnicismo", que es una identidad impuesta a un pueblo por la economía política de un estado racial. Desde ya, todos esos acontecimientos ocurrieron *en el seno* de la cultura del mer-

cado, pero en cada caso, se trazaron diferencias netas entre el pasado y el presente, entre lo que es y lo que podría ser, entre los órganos vernáculos y las fuerzas del mundo que estaba más allá. Y en todos los casos se manifestó el deseo de actuar sobre ese mundo, de conseguir que sus abstracciones se volvieran concretas. En suma, por mucho que la transformación de la cultura en mercancía dé nuevas formas a la identidad, no implica una pérdida brutal ni una abstracción sino, más bien, una intensa fusión de la intimidad y la distancia, de la producción y el consumo, del sujeto y el objeto. Aun cuando la transacción de productos y prácticas culturales *fuera* totalmente reductible a dinero, eso no significa necesariamente que las entidades culturales quedarían despojadas de todo valor aurático, afectivo o social: el propio hecho de que el dinero sea fungible origina transformaciones de valor que pueden reforzar la diferencia... y conferir mayor sustancia a la identidad (cf. Cattelino, 2008).

La cuestión que queremos destacar es la siguiente: en contraposición al telos de la teoría clásica y la teoría crítica, el auge del etnocomercio en la era del consumismo masivo tiene efectos contraintuitivos sobre los sujetos humanos, sobre los objetos culturales y las relaciones que los vinculan. Aunque la transformación de la identidad en mercancía se acepta, *prima facie*, como prueba de la degradación de su sustancia, las cosas nunca han sido tan sencillas. Y se han complicado mucho más en los últimos tiempos, con las crecientes inversiones de capital en la diversidad.[6] El notorio desplazamiento de la producción de valor de lo material a lo inmaterial –la venta de conocimientos y propiedad intelectual, la venta de experiencia, afectos y modos de autoproducción– indica que han ingresado al mercado dominios de la existencia que otrora le eran ajenos. También subraya el hecho de que el comercio, *sui generis*, excede en la actualidad la mera venta de bienes y servicios. Tal vez mucho más que en cualquier otro momento, el comercio entraña hoy cultivar hasta el empalago lazos emocionales y cognitivos densos con determinados estilos de vida[7] y con los medios que

6 Con respecto a las pruebas de la capacidad del capitalismo para producir variedad, véase Mary Zournazi, "Interview with Brian Mazumi", *Port* (s/f); http://www.theport.tv/wp/pdf/pdfi.pdf, consultada el 10 de mayo de 2007. No incluimos este texto en la bibliografía porque no figuran en él otros datos y, por lo que sabemos, no fue publicado en ningún otro lugar.

7 En 2007, por ejemplo, un importante periódico internacional publicaba una nota sobre los esfuerzos que hacían las cadenas hoteleras, incluso las más grandes de Europa, para asociar los servicios que ofrecen con su marca, con miras a "brindar una experiencia única que genere la lealtad de los clientes". *Le Méridien* –propiedad de Starwood Hotels and Resorts, gigantesca firma

se utilizan para llevarlos adelante. Nos hemos dado cuenta de que ese proceso, estrechamente ligado a la construcción de la identidad-pese-al-consumo, es algo esencial a la hora de crear marcas para las mercancías, y que se parece mucho al modo en que las filiaciones culturales cuajan y se transforman en una conciencia étnica afectivamente plena. Por esa misma razón es posible crear "un nuevo contexto para la pizza. Algo que se *sienta*... hispánico" (véase p. 34).

Subrayamos, entonces, que la cuestión no radica en el hecho de que la cultura se vaya transformando cada vez más en mercancía ni en que los métodos vernáculos (la "tradición") se rehagan visiblemente una y otra vez en el curso de las transacciones que los involucran (cf. Handler y Linnekin, 1984). Lo que sucede es que el intercambio de mercancías y la materia misma que constituye la diferencia se afectan mutuamente con intensidad creciente: así como la cultura se transforma en mercancía, la mercancía se vuelve más explícitamente cultural y, en consecuencia, es aprehendida cada vez más como la fuente genérica de la socialidad. En palabras de Brian Massumi, el ámbito de la producción y del consumo tiene que ver de manera creciente con "productos culturales [...] intangibles o con productos de la experiencia que inevitablemente entrañan una dimensión colectiva".[8] El resultado es que "la diferencia entre la comercialización y el consumo, y la diferencia entre vivir y comprar se hacen cada vez más pequeñas". Asimismo, esos "productos culturales", oportunamente fetichizados, se convierten en una fuerza reconocida sin tapujos como hacedora de mundos. Por esa razón, en el discurso relativo al espíritu de etnoempresa, la identidad aparece como un modo de alcanzar la individualidad a través de objetos vernáculos; por esa razón también, en la economía de la identidad a menudo se borra la línea que separa la producción del consumo, y por esa razón se dice que los intercambios culturales –en buena medida los que se producen en el ámbito del turismo– brindan "momentos mágicos", pequeñas epifanías en las que, cruzando en efímeros encuentros las fronteras de la diferencia, vendedores y compradores por igual se sienten "tocados por lo real" (Daniel, 1996: 783; cf. Bruner, 1999). Ahí reside la dialéctica abierta en la que los sujetos humanos y los objetos

---

estadounidense– llegó al punto de contratar un "curador cultural" cuyo objetivo es aplicar "ideas novedosas en el diseño y utilizar los aromas, el sonido y las luces para atraer a los huéspedes". Véase al respecto Matthew Saltmarsh, "Hotel Cornucopia", *Internation Herald Tribune*, 14-15 de julio de 2007, pp. 11-12.

8 Mary Zournazi, "Interview with Brian Massumi", *Port* (s/f); http://www.theport.tv./wp/pdf/pdfi.pdf, consultada el 10 de mayo de 2007.

culturales se producen, reproducen y rehacen mutuamente bajo la impronta del mercado.

La cultura como propiedad: el Geist *de la cultura, pasado, presente, futuro*

"A lo largo de la historia –dicen Phillips y Steiner (1999: 3)– la presencia física del objeto ha sido algo medular en los relatos de los encuentros interculturales con mundos remotos [...]." No sólo en el relato. Casi en todas partes, las misiones coloniales modernas procuraron transformar a los otros diversos en sujetos étnicos por medio de objetos (Comaroff y Comaroff, 1991). Al cruzar el umbral del siglo XXI, sin embargo, pareceria que hemos entrado en una etapa en que la otredad no se negocia solamente como trofeo, talismán, souvenir o sujeción. Cada vez más, los herederos vivos de un patrimonio identitario reivindican su identidad como *propiedad*, y proceden a administrarla con medios a todas luces empresarios: crean con ella una marca y la venden bajo formas reconocidamente consumibles, incluso a los antropólogos. Como han dicho algunos (Postone, 1993), bien puede ser que la particular idea de la diferencia que sustenta estas actividades –en la cual los valores de uso vernáculos se definen con respecto a pautas universales de valor– *exigiera* la aparición de la forma mercancía. Al fin y al cabo, esa autenticidad "sin precio" que, según se dice a menudo, deja el aura cultural fuera del ámbito del comercio, depende de una concepción previa del precio. Y de la presunción de que existe una línea divisoria nítida entre lo que puede reducirse a equivalencias monetarias y lo que no. Sin duda, el colonialismo moderno consiguió eludir esa línea creando mercados para las artes y oficios étnicos "tradicionales". Precisamente porque *no* era Cultura con mayúscula, la cultura que se negociaba en esos mercados formaba parte integral del contraste entre lo ilustrado y lo primitivo, lo refinado y lo *naïve*, lo universal y lo pueblerino, contraste sobre el cual se erigía la noción modernista de la civilización occidental y el euronacionalismo, que lo convertían en su signo material (Clifford, 1988: 204 y ss.; Said, 1993; Pratt, 1992).[9]

El comercio colonial de objetos étnicos, ha dicho George Pierre Castile (1996: 743), es una prueba del modo en que las elites occidentales explo-

9 Como advierten Phillips y Steiner (1999: 3), la dicotomía entre Cultura y cultura a menudo resultaba inestable en la práctica, en buena medida porque ya a fines del siglo XVIII las dos formas de cultura habían comenzado a circular como mercancías en la economía capitalista.

taban como materia prima, rehacían y negociaban las imágenes y las identidades de los otros "sin control alguno" por parte de los indígenas. En sentido lato, Castile tiene razón. Aunque no es tan evidente que el valor de cambio haya aplastado todo en el curso de ese proceso, ni que la huella tangible de esos indígenas no habitara las representaciones que circulaban en el extranjero como una variación tardía de aquel *hau* –la esencia humana del donante– que impregnaba otrora los obsequios maoríes en su recorrido por los circuitos de intercambio de Oceanía (Mauss, 1966). Sea como fuere, la consolidación de los estados del siglo XIX y de sus colonias originó reglamentaciones mucho más estrictas para el comercio con culturas foráneas (Castile,1996: 744). Habiendo reemplazado en la metrópoli –al menos en teoría– las identidades étnicas por la ciudadanía universal, esos sofisticados regímenes se asignaron el rol de custodios de los pueblos "tribales" de ultramar, cuyo estilo de vida, estética y posesiones materiales suponían acordes con su humilde posición en la escala evolutiva de los tipos humanos.

Nada cambió durante toda la era del imperio, durante la cual el auge de la "ciencia" antropológica y de la sociología del conocimiento que era su fundamento sirvieron aun más para reificar y valorar la otredad cultural. De hecho, los argumentos relativistas propios de la antropología tuvieron un efecto limitado sobre el eurocentrismo que impregnaba toda esa época. En todo caso, las aseveraciones sobre la resiliencia de "sistemas tradicionales" característicos que se reproducen se utilizaron para justificar el dominio colonial bajo el signo de la diferencia (Asad, 1973; cf. Wilder, 2005). Pero, cuando la descolonización adquirió impulso, cuando los "etnicismos" estigmatizantes cedieron su lugar a los reclamos de soberanía y de derechos civiles, la legitimidad de los custodios externos de la cultura fue cuestionada (Banaji, 1970; Magubane, 1971; Mafeje, 1998; cf. Comaroff y Comaroff, 2003). Ese proceso se intensificó con el eclipse del antiguo orden internacional, en particular con el pulular de un régimen global de organizaciones no gubernamentales que, aunque tenían distintos objetivos, ideologías y motivaciones, portaban los mantras del liberalismo tardío: ajuste estructural, privatizaciones, derechos humanos, propiedad intelectual. En esas condiciones, las marcas de otredad dejaron de ser indicios devaluados de la diferencia y adquirieron la forma de mercancías escasas y apetecibles, situación exacerbada por la creciente heterogeneidad de los estados-nación y por la implosión de la política de la identidad en todo el planeta (véase lo que decimos más adelante, en las páginas 78 y 88). Sólo era cuestión de tiempo para que surgieran argumentos con matices jurídicos sobre "quién es dueño de la cultura vernácula".

Tal como Michael Brown (1998, 2003) los expone, esos argumentos giran alrededor de dos ejes. El primero, sucintamente reflejado en el eslogan de un letrero autoadhesivo que dice "Devuelvan a los pueblos originarios su cultura", se ve representado con mayor sobriedad por el Movimiento en pro de la Protección Total del Patrimonio Cultural [*Total Heritage Protection Movement*] y la Sociedad de Antropología Aplicada (Greaves, 1994).[10] Como los movimientos de los pueblos indígenas, esas dos instituciones hacen un ejercicio experimental de los derechos absolutos y exclusivos de esos pueblos sobre su historia, su saber y sus obras creativas, derechos ya reconocidos de manera más o menos explícita y con finalidades distintas por la Organización de las Naciones Unidas y diversos organismos que dependen de ella, como el Convenio sobre la Diversidad Biológica, la Comisión de Derechos Humanos, la Organización Internacional del Trabajo, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y la UNESCO, que en el año 2003 hicieron suya la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.[11] La segunda posición sostiene que la cultura es intrínsecamente pública, orgánica y no tiene límites, y que, por consiguiente, no es posible reducirla a un sistema de propiedad privada, individual o colectiva. Así, cualquier intento de reducirla a la forma mercancía no sólo sería excluyente e inequitativo sino que la sustraería al ámbito de quienes puedan disfrutarla, enriquecerla o vivir en su seno, es decir, po-

10 El libro que Greaves publicó en 1994 es una verdadera guía para los pueblos indígenas sobre la protección de sus derechos de propiedad intelectual y fue auspiciado por la Sociedad de Antropología Aplicada. De hecho, en el campo de las ciencias sociales abundan en la actualidad las publicaciones que están en la intersección del análisis crítico y las posiciones militantes (véanse, por ejemplo, Coombe, 1998, 1999; Posey y Dutfield, 1996 y la bibliografía que citamos más adelante, en la nota 11).

11 Véanse, por ejemplo, Posey (1994: 227-233), Greene (2004: 213). Greaves (1994) y Kirshenblatt-Gimblett (2006). En cuanto a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, véase http://www.unesco.org/culture/ich_convention/index.php?pg'00006, consultada el 7 de diciembre de 2006. Esta convención descansa sobre una serie de acuerdos y declaraciones anteriores, como la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948), el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966), la Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular de la UNESCO (1989), la Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural (2001) y la Declaración de Estambul (2002). Como se infiere de esta lista, el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas sobre sus conocimientos vernáculos fue un proceso acumulativo que comenzó después de la Segunda Guerra Mundial y adquirió mayor ímpetu cuando terminó la Guerra Fría.

tencialmente de todos. Ese tipo de intentos la transformarían en algo totalmente distinto: en Cultura, con mayúscula. Por esa razón, según la Declaración de Bellagio de 1993[12] –sutil ejercicio de racionalidad jurídica aplicada– los conocimientos y procedimientos vernáculos son refractarios al régimen global de propiedad intelectual actualmente existente (cf. Reddy, 2006). El primero (el conocimiento vernáculo) es algo "del común, algo en lo que todos [...] pueden abrevar libremente"; el régimen de propiedad intelectual, en cambio, responde a una episteme modernista que postula y celebra como axioma la rúbrica autoral sobre toda obra "creativa" (cf. Coombe, 1998):

El debate entre quienes apoyan una o la otra posición ha tomado diversas formas y, a menudo, un sabor local. Por ejemplo, en Canadá, giró alrededor de cuestiones como el retiro de objetos de los museos y la piratería de conocimientos botánicos, presuntamente apropiados por "culturas que no son nuestras". Con todo, el tema más candente fue la ficción en prosa y las obras que no eran de narrativa: se preguntaba, por ejemplo, "¿de quién es esa voz, a todo esto?".[13] Ese debate se ha polarizado en el "consabido terreno liberal", dando por resultado una actitud que Rosemary Coombe (1993: 250) describe como la defensa "romántica" de la imaginación individual sin trabas contra la reivindicación "orientalista" de la autenticidad indígena. Michael Brown (*ibid.*) ha sugerido una solución para esta suerte de impasse propugnando un "pragmatismo ilustrado" que analice la utilidad de nociones tales como "privacidad grupal" a fin de escapar de la tosca contraposición entre los derechos individuales y el ámbito público sin matices (Alexander, 2004a: 113). Brown procura evitar también la aplicación a rajatabla de fórmulas jurídicas y éticas para resolver las diferencias sobre la propiedad vernácula. Deposita su confianza, en cambio, en normas informales –como el respeto por la "integridad cultural"– que permiten negociar caso por caso. Aporta un abundante corpus de casos problemáticos para dejar sentada sin lugar a dudas la necesidad de cimentar la coexistencia sobre las particularidades de cada circunstancia. Se ha interpretado y elogiado su enfoque para resolver los problemas

12 Esta declaración surgió de la Conferencia Rockefeller de 1993 "Cultural Agency/ Cultural Authority: Politics and Poetics of Intellectual Property in the Post-Colonial Era". Quien desee conocer el texto y los nombres de los signatarios, puede consultar http://www.cwru.edu/affil/sce/BellagioDec.html, consultada el 23 de marzo de 2005.

13 Stephen Godfrey, "Canada Council asks whose voice is it anyway?", *Globe and Mail*, 21 de marzo de 1992, C1, C15; cf. Coombe (1993: 250).

inherentes a los títulos de los pueblos originarios sobre las cuestiones indígenas como un llamado a un "realismo imaginativo" frente a la "política de la identidad" y la "corrección política" (Shweder, 2003; Starn, 2004; Neacsu, 2004). Pero su posición también ha suscitado ciertas reservas. En primer lugar, se dice que carga las tintas sobre el contraste entre las nociones de propiedad intelectual occidentales y las que no son occidentales (Geismar, 2005: 439-450). En segundo lugar, supone que el poder de negociación de las partes interesadas es igual y que el terreno de las luchas concretas sobre la propiedad intelectual es parejo. Ninguna de las dos cosas es probable, en especial cuando están involucrados actores empresarios o corporativos muy poderosos. Por esa razón, Alexander (2004a: 123), entre otros, sostiene que los más débiles pueden estar mejor protegidos incluso por las imperfectas salvaguardias jurídicas internacionales.

No obstante, la transformación de la identidad en mercancía es una maniobra que elude todos esos argumentos éticos, así como la idea de una negociación prudente, guiada por normas o una fórmula de transacción caso por caso. La comercialización del patrimonio cultural en cuanto posesión –a veces con ayuda de los antropólogos– se ha visto fomentada por el reconocimiento en todo el mundo de que hay derechos culturales, de que los pueblos indígenas tienen el derecho "innato" de aprovechar los frutos de sus métodos vernáculos. Existe incluso una publicación académica, *International Journal of Cultural Property* (fecha de inicio: 1993), cuyo mero nombre prueba lo que acabamos de decir. Además, pese a la Declaración de Bellagio y la *Convención* de la UNESCO, *ya* se está reivindicando ese derecho mediante acciones jurídicas internacionales de protección, por imperfectas que puedan ser (cf. Coombe, 1993: 285). A lo largo de ese proceso –el de transformación de la identidad en mercancía– entran en juego elementos de *los dos* paradigmas de posesión: el romántico y el orientalista.[14] Como insinuamos cuando hablamos de Heather Campbell, alias "Moon Owl", hay situaciones en que esos elementos entran en pugna, circunstancias en que surgen, *sin cortapisas*, las cuestiones más complejas vinculadas con la propiedad, y eso ocurre en las contiendas intraétnicas, las luchas por las líneas que han de trazarse para dividir el conocimiento

14 Lo dicho aquí se contrapone al escenario que describe Shweder (2003: 13), quien observa dos "caminos" incompatibles: el "posmoderno", que acaba en "el libre flujo de todo, que derriba [...] las fronteras, pone todo a la venta y no deja nada [...] sagrado"; y el "premoderno", en el cual "todo es privado, y está escondido y aislado del interés y los intereses de los de afuera, y el terreno intelectual y social del común están destruidos".

personal del público, los conflictos entre la gente común y los expertos, y las discrepancias sobre las cosas que son del común y las que son individuales (Cf. Reddy, 2006 con respecto a la India). Ésa es, en última instancia, la zona problemática en la que la homogeneidad supuesta en la construcción de marcas culturales –*los* tsuana, *los* catalanes, *los* deer o *los* shipibo– se desmorona frente a los conflictos nacidos de intereses antitéticos. Volveremos sobre esta cuestión.

Pero hay algo más inmediato: puede ser que el debate acerca de "quién es dueño de la cultura autóctona" no refleje la complejidad real de la transformación de lo étnico en mercancía. Con todo, el mero hecho de que ese proceso haya despertado tan vivo interés implica una suerte de desplazamiento tectónico en el modo en que se conceptualizan ahora sus atributos (*cultura, pueblos originarios, propiedad*) y cómo se las cuestiona (cf. Brown, 1998: 194). Uno de los corolarios de ese desplazamiento es la incomodidad que ha surgido con respecto a la clásica distinción de Bourdieu (1977) entre capital cultural y capital económico. Puesto que esa distinción se fundamentó desde el comienzo en una contraposición que confunde –la antinomia entre lo simbólico y lo sustantivo, lo inmaterial y lo material– ya no se la puede sostener cuando las dos especies de capital se fusionan a tal punto: cuando los que viven en el seno de una cultura la objetifican de suerte que, de ahí en más, se despliega como un burdo activo económico, una mercancía que tiene la capacidad intrínseca de acrecentar la riqueza por sí sola. Todo esto subraya aun más la singularidad de las etnomercancías: (i) su capacidad para ser reproducidas infinitamente sin perder necesariamente su carácter esencial, aurático (Alexander, 2004a: 119; véase lo dicho por nosotros en la página 40) y (ii) el hecho de que forman parte de una trama dialéctica abierta en la cual, por un lado, el patrimonio cultural constituye la identidad distintiva de quienes lo poseen mientras que, por otro lado, es esa misma identidad la que confiere su carácter "cultural" al patrimonio. Para decirlo en términos concretos: los shipibo se individualizan con respecto a los que viven a su alrededor por sus objetos artísticos "tradicionales" que ponen de manifiesto su diferencia, pero el valor de esos objetos artísticos –que parecen conservar su mística pese a la reproducción o la reinvención– proviene de que encarnan la identidad shipibo. Lo que subyace a la fusión del capital económico y el cultural es la dialéctica que vincula al sujeto con el objeto, y al objeto con el sujeto, así como la perdurable cualidad aurática de muchos productos y prácticas culturales frente a su comercialización masiva. No obstante, por sobre todas las cosas, ése es el mecanismo que permite materializar la conciencia étnica. Lo cual, a su vez, plantea un problema: en vista de que las etnomercancías son tan

extrañas, ¿en qué medida términos euromodernistas como propiedad intelectual, copyright y patente echan luz sobre ellas?

Verdades patentes: cultura, copyright y propiedad intelectual

El copyright –derecho que la ley confiere a los individuos o los grupos para controlar y sacar provecho de la circulación, duplicación y venta de sus obras creativas– domina el panorama en los debates sobre la transformación de la identidad en mercancía. Era previsible. En la era neoliberal, el campo de la propiedad intelectual (PI) se ha expandido mucho: se han multiplicado las leyes que rigen su posesión, los beneficios que procura y los ámbitos del conocimiento, las actividades y la existencia a los cuales se aplica. Esa situación ha originado, a su vez, un reconocimiento creciente de los "derechos inherentes" al "patrimonio cultural intangible". También ha fomentado la tendencia a trazar una neta línea divisoria –que la Declaración de Bellagio[15] ejemplifica– entre las disposiciones internacionales sobre la PI y los principios de propiedad vigentes entre los pueblos indígenas de todo el mundo. Sin embargo, esa línea divisoria ha sido cuestionada. Haidy Geismar (2005) sostiene que, en Vanuatu –una isla del Pacífico sudoccidental– hombres de alto rango han conseguido combinar las nociones vernáculas del copyright con las que se expresan en la legislación nacional reciente; los ni-Vanuatu utilizan el término *koporaet* para referirse a las dos. Dicho sea de paso, desde el comienzo había en este caso un estrecho paralelismo entre la concepción global de la propiedad cultural y la local (441-442). En Vanuatu, por ejemplo, las prácticas, los artefactos y los diseños tradicionales eran *posesiones*. Se compraban y vendían los derechos, y la reproducción debía pagarse, disposición sobre la cual se apoyaban líneas internas de distinción social que se inscribían de manera inextricable en un complejo ceremonial, propio de "sociedades estratificadas". Estableciendo una analogía estratégica entre las reglas endógenas de posesión y la nueva ley de la nación –mediante una referencia explícita a la noción de *koporaet*–, los hombres de prestigio, que dominan las jerarquías rituales y el intercambio de todas las cosas, desde los cerdos y los tubérculos de ñame hasta el dinero, consiguieron extender una economía política gerontocrática. Además, recurriendo al copyright, lograron atraer a su negocio a legisladores y activistas culturales, de modo de controlar "la

15 También en Watson y Solomon (2001), en sus escritos sobre los maoríes de Nueva Zelanda, en especial con respecto al Tribunal sobre el Tratado de Waitangi. Volveremos a este caso más adelante en otro contexto.

política cultural del mercado" (451) a fin de restringir los emprendimientos de los expatriados que comerciaban con tallas exóticas. Nada de esto es una simple consecuencia de la introducción en el Pacífico meridional del posesivo individualismo occidental; tampoco se trata de un caso de apropiación de lo vernáculo por parte del régimen de propiedad intelectual global ni de lo contrario. En todo caso, hubo un complicado juego de vaivén entre la racionalización jurídica y refractarios principios específicos locales, de suerte que un régimen de monopolio legítimo ha sido utilizado para respaldar otro.

Geismar (439) subraya que los principios jurídicos de propiedad intelectual no son ese restringido código que algunos describen. La propiedad intelectual es intrínsecamente fugaz. Por su propia naturaleza, su producción y negociación exige reconsiderar permanentemente las relaciones entre lo material y lo inmaterial, entre la creatividad y los derechos, entre el autor y el objeto. En consecuencia, la frontera móvil de lo que se puede poseer legítimamente en la esfera de las ideas y la estética es un campo de lucha permanente que tiene ecos metafísicos (cf. Coleman, 2005). De ahí que el gobierno brasileño, por ejemplo, proclame que es la punta de lanza de una "revolución" contra el copyright en todos los ámbitos, desde la música compartida en la Internet y las plantas modificadas genéticamente hasta los fármacos contra el VIH.[16] El ministro de cultura del Brasil –el legendario músico Gilberto Gil– ha arremetido contra "los fundamentalistas del control absoluto sobre la propiedad", sean ellos empresas o estados. Los acusa de ahogar las esperanzas democráticas que despertó la tecnología digital a fin de desconocer la "exuberancia semántica" del mundo.[17] Es ya famosa la radical duda de Derrida (1988: 30 y ss.) acerca de la

16 Julian Dibbell, "We pledge allegiance to the penguin", *Wired Magazine*, 12 de noviembre de 2004; http://www.wired.com/wired/archive/12.11/, consultada el 17 de agosto de 2006.

17 Gilberto Gil, apodado el "ministro de la contracultura", es uno de los firmantes de la Carta Adelphi sobre Creatividad, Innovación y Propiedad Intelectual, auspiciada por la Royal Society of Arts. Ese documento "hace un llamamiento a los gobiernos para que eviten que las grandes empresas protejan con más cerrojos aun las ideas que son de su propiedad". Véase "Gilberto Gil on open source, copyright, and network society", *Arthur*, 18 de enero de 2006; http://www.arthurmag.com/2006/01/18/gilberto-gil-on-open-source-copyright-and-network-society/, consultada el 17 de agosto de 2006. [Según la cita de los autores, la Carta Adelphi en inglés dice textualmente: "*calls on governments to restrain corporations from further locking down their ownership of ideas*". No hemos encontrado esa frase textual en ninguno de los ejemplares de la carta que figuran en distintos sitios web. (N. de las T.)]

posibilidad misma de "colocar una rúbrica" en los actos expresivos, de limitar su forma e iteración: el copyright es tan fantasmático como legal –dijo entonces–, pues sus convenciones son normas pasajeras que regulan un terreno en perpetuo deslizamiento. Tal vez. No obstante, los derechos de propiedad intelectual cautivan a "los fundamentalistas del control absoluto sobre la propiedad" precisamente porque prometen capturar y congelar las amorfas cualidades de la creatividad. Y permitir que se monopolice el valor que se acumula en torno a ellas. De allí también su importancia en el proceso de la transformación de lo étnico en mercancía. Como los ancianos de Vanuatu, cualquiera que quiera reclamar derechos a perpetuidad sobre su cultura "auténtica" y sobre las ganancias que ella produce está obligado a utilizar los puntos de convergencia entre el *koporaet* y el copyright. Es revelador que ese término se haya convertido en moneda corriente en todas las islas del Pacífico (Geismar, 2005: 454, nota 7).

Si el copyright funciona como un cambio de vías semiótico entre el régimen occidental de propiedad cultural y los otros regímenes, ¿qué pasa con las patentes? Entendemos que este término se refiere a un derecho exclusivo, concedido por un período fijo de tiempo, sobre una invención, un concepto o un diseño original; específicamente, sobre su aplicación, producción, copia, distribución, uso y venta como objeto o como procedimiento. Marilyn Strathern (2001) nos recuerda que las patentes adquirieron su actual significado durante la Revolución Industrial, en Inglaterra. Su finalidad era fomentar las innovaciones técnicas otorgando monopolios transitorios, lo cual, a su vez, estimulaba los emprendimientos privados con fines de lucro *y también* la circulación pública de las innovaciones en pro de la acumulación de conocimientos. Las patentes tienen que ver con las invenciones; el copyright, con la autoría, pero pueden superponerse, como ocurre a menudo en el ámbito del diseño industrial.[18] Strathern compara el tipo de derecho conferido a las patentes con el que inviste a las ceremonias y objetos funerarios malanggan de Nueva Irlanda, que hacen las veces de "cuerpo" portador de la fuerza vital de una persona en su tránsito al mundo de los espíritus. Tallada de modo que evoque lo ancestral del clan del difunto, la figura malanggan se desecha al terminar su breve carrera ritual, y se entrega a menudo a comerciantes europeos. Mediante este acto se liberan al mundo las múltiples dimensiones de la identidad del muerto. También se difunde la identidad de la persona que

18 Por otra parte, las marcas comerciales se refieren al derecho a usar frases o nombres, aunque los logotipos publicitarios pueden estar protegidos por una marca comercial *y también* por el copyright.

fabricó el objeto –y que es, por consiguiente, su "dueño"– incorporando en él una configuración exclusiva de motivos visuales a los cuales tiene derecho por su ascendencia (5). Sin embargo, los motivos mismos pueden enajenarse una vez que el malanggan ha cumplido su cometido: el derecho de reproducir alguno de ellos en una composición nueva puede venderse y comprarse (6).

Se arguye que esas esculturas de la Nueva Irlanda están regidas por una versión indígena del copyright (Gunn, 1987), como las tallas de Vanuatu. De hecho, los dos procederes sugieren una posibilidad fascinante: que exista un instrumento vernáculo para otorgar franquicias sobre un patrimonio cultural y que ese instrumento sea ajeno a la dicotomía entre privatización y circulación pública, y ajeno también, por consiguiente, a la ecuación de la compraventa con pérdida del valor original aurático. Sin duda, demuestran en clave etnográfica la tesis teorética que pretendíamos exponer antes. No obstante, Strathern no está de acuerdo con la analogía entre esos procedimientos y el copyright. Dice que un malanggan se parece más a una patente: encarna la pericia técnica que permitió fabricarlo, ofrece una recompensa cuando se lo usa por primera vez y después la disemina de nuevo transitoriamente entre nuevos propietarios. Y sigue diciendo que sí, se *parece más*, pero aún es tan diferente que tampoco podemos llevar muy lejos ese paralelismo. Para esta autora, simplemente, hay un abismo de inconmensurabilidad entre los métodos europeos y estadounidenses y la ideología de las islas del Pacífico. Las nociones europeas contemplan la "invención" como un acto de descubrimiento individual y se ocupan de proteger las ganancias que procura; las nociones indígenas ponen el acento en la "adquisición" como proceso articulado socialmente y giran alrededor del derecho a reproducir lo que otros han hecho antes. Es posible que las ciencias sociales se hayan puesto de acuerdo con respecto a la invención de la cultura pero, según parece, la invención cultural sigue estando más allá de la frontera conceptual.

Esta categórica distinción entre innovación y reproducción evoca las antiguas antinomias de la antropología entre culturas calientes (las occidentales) y culturas frías (las otras), entre sistemas abiertos y cerrados, etcétera. Aquí y ahora, hace que la idea de patentar la "tradición" o registrarla mediante un copyright parezca un oxímoron. No obstante, en el aspecto pragmático, el reconocimiento de un derecho "inherente" al "patrimonio intangible" por parte de los pueblos indígenas, que se pueda hacer cumplir jurídicamente –del tipo ensayado de diversas maneras por las Naciones Unidas– equivale a una forma de "copyright natural" (véase lo que decimos más adelante al respecto). Análogamente, puede ser que las patentes tengan

o no un equivalente literal en el Pacífico, pero los saberes transmitidos por esas culturas pueden ahora quedar sujetos al tipo de monopolio que se otorga a la empresa capitalista, especialmente la extranjera. Por ejemplo, la Oficina Estadounidense de Marcas y Patentes otorgó no hace mucho derechos de gran alcance sobre el arroz *basmati* a una firma dedicada a los agronegocios, RiceTec. Esa empresa sostenía que había "inventado" el "producto" y se proponía cobrar a los granjeros *de la India* el derecho a cultivarlo.[19] La situación cambió, aunque no totalmente, cuando el Estado indio se vio empujado a tomar cartas en el asunto debido a los litigios iniciados en defensa del interés público y a una campaña internacional de organizaciones sin fines de lucro (Randeria, 2007: 11). Otro caso similar es el de la empresa estadounidense Battle Creek Food Company, que registró a su nombre hace algunos años la marca *Rooibos*, correspondiente a una hierba sudafricana para infusión utilizada por los pueblos khoisánidas de la Provincia Occidental del Cabo. *Rooibos* es una palabra afrikans que significa "arbusto rojo", nombre vulgar del *Aspalathus linearis*, que sólo crece en la zona de los montes Cedarberg. En este caso también hubo un litigio con la Oficina de Patentes estadounidense, durante el cual la propietaria de Battle Creek Food Company, Virginia Burke Watkins, alegó que había invertido "cantidades enormes" de tiempo y de dinero para elaborar la infusión de manera apetecible para el mercado. Tal vez no haya sido demasiado favorable a su causa el hecho de que anteriormente la había vendido con el nombre de "Kaffir Tea", porque para los africanos negros la palabra *kaffir* tiene casi la misma connotación que la palabra *nigger** para los afroamericanos, con la salvedad de que los africanos *jamás* la usan para referirse a sí mismos, ni siquiera en sus conversaciones. A la larga, los sudafricanos ganaron el pleito, pero después de una ardua lucha.[20]

En el seno de las comunidades étnicas hay también indicios crecientes de polémica acerca de los derechos individuales sobre las destrezas y la creatividad cultural de los indígenas. Para algunos son algo odioso; para otros, una panacea. "Soy un innovador y amplío mi saber ancestral", decía

19 "Gilberto Gil on open source, copyright and network society", *Arthur*, 18 de enero de 2006; http://www.arthurmag.com/2006/01/18/gilberto-gil-on-open-source-copyright-and-network-society/, consultada el 17 de agosto de 2006.

* *Nigger* es un término muy despectivo utilizado en los Estados Unidos para referirse a los negros. La "corrección política" empezó por utilizar primero la palabra *black*, impuso luego *Afroamerican* y más recientemente *African American*. [N. de las T.]

20 Véase Christina Stucky, "Rooibos row more than a storm in a teacup", *Sunday Independent*, 7 de marzo de 2004, 15.

el curandero shipibo Mateo Arévalo en el contexto de un mercado en expansión destinado a los extranjeros que buscan ritos chamánicos (véase lo que dijimos en la página 12).[21] Muchos otros coinciden con la aseveración de Arévalo. Todos ellos encarnan el *Geist* de la transformación de lo étnico en mercancía que tiene resonancias de la moderna legislación de patentes. La actitud de tratar la "tradición" como propiedad intelectual, sujeta entonces a acciones innovadoras, va acompañada por la idea de que privatizar los productos de la invención humana contribuye a ponerlos a disposición del público, de que todo ello es un "asunto socialmente provechoso" (Coombe, 1998: 340, nota 59) que rinde beneficios a los productores, a los consumidores y a la humanidad en general. Si bien hoy en día, es "prácticamente un deber cívico tener una etnicidad así como apreciar la de otros" (Wood, 1998: 230; Halter, 2000: 9), esa misma ética de apreciación incentivala industria de la identidad. No sólo se dice que ofrece un horizonte de vida para quienes están a punto de extinguirse socialmente. Se sostiene que la diversidad cultural así promovida es un bien evidente, como la biodiversidad.

Pero la incomodidad suscitada por la privatización del patrimonio nos indica algo más. Es evidente que no hay patentes en la naturaleza. Su *raison d'être* es fomentar el ingenio, la iniciativa y la pericia de los *seres humanos*, y por ese motivo lo orgánico, lo silvestre, lo que no es cultivado queda fuera de su ámbito. Como ya se ha dicho (Strathern, 2001: 9 y ss.), se infiere de aquí que, como proceso, el acto de patentar tiene el efecto no previsto de reiterar una y otra vez la inevitable oposición entre lo natural y lo cultural. No obstante, cabe argumentar que la transformación de lo étnico en mercancía es una cuña en esa contraposición. Los empeños por conseguir que la identidad y sus productos sean propiedad privada se infiltran en la sutil grieta que separa y que une la esencia y el artefacto, la dotación genética y la creatividad personal. Pues es difícil determinar con qué fundamentos puede reivindicarse el hecho de agregar valor a la naturaleza; véanse al respecto los debates acerca del patentar genes humanos y variedades botánicas (Knoppers, 1999; Andrews y Nelkin, 2001: capítulo

21 Lathrap (1976: 200; véase el capítulo 1, nota 3) muestra que desde hace mucho, los ceramistas shipibo vienen produciendo objetos innovadores en respuesta a la demanda comercial de sus artesanías. Con todo, de su relato se desprende que la idea consciente de ser *realmente* "un innovador" es relativamente reciente pues en las décadas de 1950 y 1960, ni siquiera su informante más cercano estaba dispuesto a hablar de esas innovaciones. Aparentemente, es una noción que cristalizó con el crecimiento del mercado interesado en las artes y artefactos de los shipibo, y con su comercialización.

3).[22] Peor aun: cada vez más los procesos de naturalización y de transformación en mercancías gozan de una investidura conferida por la etnicidad *misma*. Cuando sea oportuno, ampliaremos esta afirmación pero, por ahora, basta un ejemplo, especialmente vívido: el deseo de Dawid Kruiper de que los turistas lo vieran –a él, un "bosquimano" adulto– como un "animal de la naturaleza". En contraposición a la raza, la identidad étnica se puede manifestar sobre todo en una cultura expresiva, en las prácticas y productos colectivos. Concretamente, en el caso de los san, en las cacerías, el rastreo y el enhebrado de cuentas. No obstante, manifiesta también una sustancia única e innata, una sustancia que cuaja en los objetos, las actividades y destrezas "tradicionales", sobre los cuales, por extensión, la gente que los produce y practica tiene un derecho de copyright *natural*. Una vez más, lo que acabamos de decir sugiere que en nuestros días la diferencia se constituye en la intersección de la cultura, la biología, el mercado y la legislación sobre propiedad intelectual.

Ahí, en esa intersección, está el punto donde confluyen las tres cuestiones que nos han ocupado hasta ahora. (1) El hecho de que la constitución de la identidad como persona jurídica, lejos de producir etnomercancías despojadas de aura, pone de manifiesto que la influencia mutua entre la cultura y la forma mercancía es cada vez más intensa y proporciona, por ende, medios nuevos para vigorizar el entramado social. (2) El hecho de que, ante el impacto que produce la constitución de esas entidades, los principios que rigen la propiedad de los productos y métodos culturales "autóctonos" se transforman en terreno de controversia y así unen a la gente y a los pueblos frente al mundo externo *pero también* los dividen internamente. (3) El hecho de que la reducción de esos productos y métodos a la condición de propiedad intelectual provista de un copyright "natural" ha originado nuevas líneas de tensión entre la posesión pública y la privada, el *Geist* colectivo y la innovación individual. En conjunto, esas

22 Randeria (2007: 13) recoge una aseveración del gobierno de la India: que los compromisos que le impone el *Acuerdo de la* OMC *sobre los Aspectos de la Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio* se oponen a los principios del *Convenio sobre Diversidad Biológica de la* ONU y los del *Tratado Internacional sobre Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura* establecido por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura porque ambos documentos excluyen la posibilidad de patentar formas de vida. Esta autora agrega (p. 14) que la Ley sobre Biodiversidad de la India (2002) "parece anular la disposición contra el patentamiento de formas de vida" que forma parte de la Ley de Protección de las Especies Vegetales y los Derechos del Agricultor (2001).

tres circunstancias constituyen la mitad de lo que llamamos "Etnicidad S.A.", la etnicidad-empresa: esa mitad en que el término *cultura* de la ecuación *etnicidad = cultura + identidad* se entreteje con el dominio del capital para formar la parte "S.A.", la porción empresaria de esa trama doble. La otra mitad, desde luego, es la etnicidad misma.

II. ACERCA DE LA ETNICIDAD EN EL PRESENTE

Como "identidad", vocablo al cual acompaña a menudo, el término "etnicidad" se ha convertido en moneda corriente y cotidiana en todo el planeta. No obstante, como concepto sociológico, su categoría ha sido siempre equívoca. Por ejemplo, Chabal y Daloz (2006: 203-204) sostienen que el fenómeno que describe esa palabra es tan heterogéneo que resulta "poco realista suponer que pueda existir una 'única' teoría de la etnicidad" (cf. Cohen, 1985: 107; Bank, 1996: 10).[23] Esa aseveración reitera algo señalado ya por Max Weber (1968: 395): "Si definimos los términos que usamos con exactitud, el grupo étnico [...] no es una categoría adecuada para un análisis riguroso". Por nuestra parte (véase, por ejemplo, Comaroff y Comaroff, 1992: 49-67), hace mucho que sostenemos que la etnicidad no es, en sí misma, una "cosa" monolítica ni un constructo analítico: que es mejor contemplarla como un repertorio laxo y lábil de signos mediante los cuales se construyen y comunican las relaciones; un repertorio a través del cual se torna sensible una conciencia colectiva de la similitud cultural; algo que sirve como referencia para que los sentimientos compartidos adquieran sustancia. Su contenido visible *siempre* es el producto de condiciones históricas que, en medida diversa, inciden sobre la percepción humana y, al hacerlo, dan forma a las motivaciones, los significados y la materialidad de las prácticas sociales. Lo que nos concierne en este libro es la historia del presente. O, más precisamente, sus efectos: el hecho de que la historia actual altera nuestra manera de experimentar, aprehender, poner en acto y representar la etnicidad. Hace unos cincuenta años, viendo la ola de sentimientos separatistas que inundaba una serie de naciones "nuevas", Clifford Geertz (1963: 155) sintió la necesidad de advertir que "aún no se ha escrito la sociología comparativa [...] del cambio étnico". Desde enton-

23 Blu (1980: 227) expone otra versión del mismo argumento: que el término "etnicidad" debe reservarse estrictamente para el análisis de la diferenciación social en los Estados Unidos, y que no se lo debe utilizar con fines comparativos.

ces, la política de la diferencia –y sus transformaciones en el tiempo y el espacio– se ha transformado en la materia prima de una verdadera industria en las ciencias sociales. Sin embargo, todavía no hemos sondeado a fondo la historia en curso del "cambio étnico".

A fin de desplegar esa historia y exponerla a nuestro examen, queremos hacer algunas observaciones acerca de la identidad cultural, que dividiremos en dos grupos. El primero es ontológico; el segundo, orientativo.

Primero, la ontología: del Génesis a la genética

Es posible que Max Weber (1968: 385-398, 926-938) haya abrigado dudas acerca de los "grupos étnicos" como objeto de análisis. Sin embargo, sus escritos los incorporaron sin vacilaciones a la orden del día de la sociología moderna.[24] En contraposición a las filiaciones determinadas por el parentesco y la clase –sugirió entonces– la etnicidad inviste las creencias subjetivas y las identidades: da origen a "grupos estamentales" y facilita la formación de asociaciones cuyos medios y fines se hallan en otra parte. No obstante, por razones que no corresponde analizar aquí, el término fue adoptado por las ciencias sociales positivistas para describir un fenómeno concreto, mensurable objetivamente. Además, se lo trató como una variable independiente que tenía la capacidad de determinar opciones, oportunidades de vida y procesos sociales.[25] Dentro de esa tradición, la noción más antigua y fundacional sobre la etnicidad tiene carácter existencial: la etnicidad como disposición, como categoría sociológica, como principio de un ser-en-el-mundo de índole colectiva, la etnicidad como

24 En el discurso antropológico, el tema apareció algo más tarde. En 1969, Frederick Barth (1969: 9) escribió que la etnicidad "tenía enorme importancia para esa disciplina, aunque no se le había prestado la debida atención". En efecto, hasta una época bastante tardía del siglo XX, parecería que la identidad surgió como "problema" solamente en situaciones de cambio histórico. Lo diremos con las palabras de Abner Cohen (1974: ix): "las tribus, aldeas, grupos y comunidades aisladas [...] que hasta hace poco constituían nuestro material de estudio se están transformando en parte integral de las estructuras de nuevos estados y se van convirtiendo, por ende, en agrupamientos étnicos".

25 La bibliografía teórica acerca de esta cuestión es muy abundante; no hay necesidad de consignarla aquí. Con todo, con respecto a África, la tipología de Crawford Young (véase, por ejemplo, 1993), que enumera tres enfoques del análisis cultural de la identidad –el primordialista, el constructivista y el instrumentalista– representa bastante bien los esfuerzos realizados para esbozar el campo discursivo, aunque muchos opinan que el enfoque constructivista y el instrumentalista son casi la misma cosa.

un sentimiento tan profundo que se puede morir por él. ¿Nace acaso de los afectos, las afinidades, las filiaciones y agregaciones primordiales? ¿O es, en cambio, una construcción instrumental condicionada históricamente? La corriente *primordialista* entiende que la etnicidad está inscripta en los hechos irreductibles de la biología compartida, los orígenes ancestrales y la disposición innata (Cohen, 1974: XII). En esa misma línea Geertz (1963: 109), por su parte, dice: "Se ve que esas congruencias de sangre, habla, costumbres, etcétera tienen en sí mismas y por sí mismas una fuerza coercitiva inefable a veces apabullante". Por el contrario, la posición *instrumentalista* considera que la etnicidad es una reacción ante las amenazas a la integridad, los intereses y la autodeterminación de personas que, por una u otra razón histórica, llegan a imaginar que comparten un destino cultural (Wallerstein, 1972), aun cuando sus "tradiciones" sean inventadas (Hobsbawm y Ranger, 1983). De ahí la pregunta: ¿cuál de las dos posiciones nos ofrece una respuesta mejor?

Afortunadamente, este interrogante que alguna vez fue objeto de acalorados debates ya no es tan importante. Pocos antropólogos, sociólogos o cientistas sociales abogarían hoy por un primordialismo liso y llano, aunque los etnonacionalistas del mundo entero sigan matándose en su nombre. Son menos aun los que defenderían el telos evolucionista que vincula lo primordial con lo antimoderno, aunque algunos intelectuales orgánicos prosigan sustrayendo las "costumbres ancestrales" a la deconstrucción histórica.[26] Más en general, puesto que para ellos los lugares comunes sobre la etnicidad son en parte primordiales y en parte construcciones sociales, muchos cientistas sociales optan por una fórmula conciliatoria, una manera de distanciar un problema *imposible de abordar* en términos maniqueos. Así, Bankston y Henry (2000: 282) sostienen que la conciencia étnica surge "de la solidaridad creada por una posición socioeconómica común a personas que [...] creen compartir sus antepasados y su experiencia histórica".[27] Sin embargo, esos autores agregan que el "carácter primordial y emotivo de la etnicidad" –carácter que suponen como axioma– sigue siendo "un fundamento útil para la organización política". Útil también para perseguir intereses materiales, a veces por medios violentos. Es evidente que esa suerte de "sintética fórmula conciliadora" –para citar una frase de Allahar (1994)– reduce la identidad cultural

26 Interesa destacar también que, frente a ciertas pesadillas de la era global como el "Islam fundamentalista", reaparezcan adjetivos tales como "primitivo" y "antimoderno", incluso en el ámbito académico (cf. Mamdani, 2004).

27 Según Glazer y Moynihan (1970, 1975).

a la "construcción social de los lazos primordiales", sobre todo con fines utilitarios.

En realidad, esa síntesis es incoherente: más que una fusión de opuestos complementarios es una confusión de entes inconmensurables. Los lazos primordiales y la construcción social de la identidad implican ontologías del ser desacordes, determinaciones discordantes de la conciencia colectiva. Por lo tanto, no pueden confluir y confundirse, ni lógica ni sociológicamente, a menos que lo primordial se entienda exclusivamente como un tropo vernáculo, un vehículo semiótico para hablar de manera subjetiva acerca de los afectos y la filiación. Pero, en tal caso, no es una *explicación* de la conciencia étnica. Es una *representación* fenomenológica de cómo se experimenta esa conciencia, una vez construida (Comaroff y Comaroff, 1992: 49-67; J. L. Comaroff, 1996). No obstante, y esto es lo que nos interesa señalar, pese a la incoherencia socio/lógica y las con/fusiones teoréticas, el afán de encontrar un fundamento ontológico para la etnicidad sintetizando el primordialismo y el instrumentalismo imita un hecho social del que ya hemos hablado. En sus manifestaciones vividas, la identidad cultural se presenta cada vez más como dos cosas antitéticas simultáneamente: por un lado, aparece como un inalienable precipitado de la esencia natural, de la genética y la biología; por el otro lado, como una función de la autocreación voluntaria, a menudo a través de actos de consumo en serie. En otras palabras, es adscriptiva e instrumental *a la vez*. *A la vez* innata y construida. *A la vez* sangre y elección.[28]

Por razones que quedarán en claro más adelante, esa doble faz es una característica endémica de la identidad cultural en la era neoliberal.[29] Así, por ejemplo, en la actualidad se reconfigura la identidad judía de manera de mostrar que *siempre* fue inherente a ella una fusión de genes y elecciones. Nadia Abu El-Haj (s/f) destaca que, según un estudio llevado a cabo

28 Marilyn Strathern (1996: 38-45) expone un argumento similar, si bien con respecto a los estamentos de parentesco en lugar de a la identidad cultural. Hablando de "Euro-América", dice que "apelan contradictoriamente a la elección y a los genes" (38). También cita a Janet Dolgin (1990: 104) quien, refiriéndose a la maternidad en los Estados Unidos, señala una tensión fundamental entre las "certezas biológicas" y la "elección y negociación".

29 He aquí otra razón por la cual una síntesis teorética que busque la ontología de la identidad étnica en una fusión de lo primordial y lo instrumental no podrá explicar la etnicidad. Se limita a volver a describir, en un nivel de abstracción más alto, el fenómeno tal cual se lo vive y experimenta. Y eso, precisamente, es lo que necesita ser explicado. Dígámoslo de otra manera: el problema crítico no consiste en tipificar la identidad cultural sino en dar cuenta de su doble faz.

en la Facultad de Medicina de la Universidad de Nueva York, "investigaciones recientes desarrolladas en laboratorios de genética han confirmado la historia bíblica de un pueblo semítico que hace varios miles de años *eligió un estilo de vida judío*".[30] Abu El-Haj continúa subrayando las complejas cuestiones que acechan tras esa reconstrucción. Se afirma en ella que actos volitivos que se expresan en la cultura –en el matrimonio, las reglas de parentesco, los ritos religiosos y la tradición oral– engendraron una dotación genética que, a su vez, reprodujo a lo largo de milenios una identidad específicamente judía y sus prácticas características. ¿Razonamiento tautológico? Es probable. Sin embargo, lo más importante para nosotros es que –como la construcción de los mitos trobriand que ocuparon a Malinowski hace tantos años– el estudio de la Universidad de Nueva York es una reescritura del pasado a imagen del presente. Esa simultaneidad de lo biológico y lo autoconstruido que se atribuye retrospectivamente a los hebreos de los tiempos bíblicos corresponde, sin duda, al siglo XXI, al modo en que se experimenta y negocia la identidad cultural *hoy en día*; es decir, a la política del momento contemporáneo.[31] Se trata de una narrativa que salva de un solo salto la brecha que separa el Génesis de la genética, el Antiguo Testamento de otros más recientes.

Tal vez el ejemplo actual más notable de la doble faz inherente a la identidad cultural sea la "genómica recreativa", cuyas raíces se hunden, literalmente, en los intersticios de la ciencia, la empresa y la etnosociología (véase http://www.rootsforreal.com). La expresión entrecomillada está registrada a nombre de DNA Print Genomics, empresa estadounidense que dice ser "líder mundial" en la "medición poblacional de las enfermedades genéticas, así como en medicina personalizada, genómica recreativa y trazado de perfiles forenses". En el año 2002, lanzó al mercado un test (AncestrybyDNA 2.0) que por la módica suma de 150 dólares permitía determinar la "mezcla racial" de una persona "dentro de un pequeño margen porcentual". Si bien el grueso de sus negocios son las aplicaciones terapéuticas, uno de sus primeros "éxitos" consistió en "conseguir que un hombre de Utah probara su derecho a participar de una empresa reservada exclusivamente para

30 Esa investigación se lleva a cabo con el auspicio de la Facultad de Medicina y el Programa de Genética Humana del Centro Hospitalario de la Universidad de Nueva York. Agradecemos a Nadia Abu El-Haj que nos haya permitido leer y citar su manuscrito.

31 Con respecto al interesante caso de la etnicidad judía en Francia, véase Arkin (s/f). El tema se plantea especialmente entre los judíos sefardíes oriundos del norte de África, para quienes la identidad se encarna a la vez en la fisionomía y en la elección de una vestimenta determinada (*chalala*).

integrantes de los pueblos originarios".[32] Hay otras empresas que ofrecen servicios más o menos similares, como GeneTree, GenBase Systems, DNA Solutions (Reino Unido), DNA Tribes y Ethnoancestry. Los nombres de las dos últimas son especialmente reveladores. Por un precio módico (entre 99 y 250 dólares), "se comprometen a satisfacer la sed de los seres humanos por conocer sus orígenes, y a veces mucho más".[33] En particular, la publicidad de GeneTree es como un eco del argumento de Abu El-Haj acerca de la yuxtaposición de la genética, la cultura y la biología en la nueva genética judía: "No sólo sabrá usted cuál fue el lugar de nacimiento de sus antepasados" por medios genómicos "sino también el rumbo que ellos [decidieron emprender] y los descubrimientos [...] que los distinguieron de otros a medida que se trasladaban de un continente a otro a lo largo de la historia de la humanidad. Es la identidad antropológica exclusivamente suya".[34]

En síntesis, que si un consumidor informado decide indagar –la elección de estas palabras que usamos tiene, evidentemente, una intención–, puede averiguar su identidad por medio de un oráculo genómico. Como era de esperar, este tipo de comercio ha recibido su ración de críticas por parte de los científicos. Con respecto al caso de los pueblos originarios de los Estados Unidos, Kim TallBear (s/f) señala que los especialistas en genealogía genética han expresado dudas profundas acerca de los métodos uti-

32 Las citas provienen de dos fuentes distintas. Una es el sitio web de DNA Print Genomics, http://www.dnaprint.com/welcome/press/press_recent/2003/march_6, consultado el 8 de julio de 2006. La otra fuente es el artículo de Margaret Ann Mille, "DNA print sells racial tests to public: The company says the technology has forensic and genealogical applications", *Sarasota Herald Tribune*, 19 de septiembre de 2002, D1. A su vez, las citas de este último artículo se atribuyen a Tony Frudakis, presidente de DNA Print.

33 Amy Harmon, "The DNA age: Seeking ancestry in DNA ties uncovered by tests", *New York Times*, 12 de abril de 2006. http://www.nytimes.com/2006/04/12/us/12genes.html?ex=1302494400&en=94e1fa50f8081d8e&ei=5090, consultada el 24 de noviembre de 2006. En el sitio web de DNA Print Genomics, agrega Harmon, la empresa instaba al público a utilizar sus servicios "ya sea que su objetivo sea demostrar que reúnen las condiciones necesarias para ingresar a la universidad si hay cupos raciales, o para ingresar al gobierno".

34 Véase http://www.genetree.com, consultada el 17 de julio de 2006. La prosa de todos estos sitios se parece mucho: "Descubra la raza de sus antepasados averiguando cuál es su haplogrupo. ¿Eran europeos? Si lo eran, ¿a qué haplogrupo pertenecían? ¿Tiene usted algún antepasado de los pueblos originarios de los Estados Unidos? ¿Alguno africano? ¿Pertenece a la célebre tribu judía de los Cohen?". Véase http://www.dnaancestryproject.com, consultada el 11 de julio de 2006. La página web de DNA Solutions puede hallarse en http://www.dnasolutions.co.uk, consultada el 11 de julio de 2006.

lizados por una empresa como AncestrybyDNA para determinar la ascendencia biogeográfica: la empresa utiliza un panel de marcadores genéticos de ascendencia [*ancestry information markers* – AIMS], que son loci genéticos en los cuales los alelos muestran "grandes diferencias de frecuencia entre distintas poblaciones". Sin embargo, la gran mayoría de los marcadores *no* exhiben diferencias tan radicales de frecuencia en los diferentes grupos humanos. Al tomar en cuenta los "escasos" marcadores en los que hay diferencia, AncestrybyDNA pone en duda lo que concretamente dice medir. Hay preocupación también con respecto a la precisión y el rigor de los procedimientos empleados, y con respecto a la manera en que los encargados de llevarlos a cabo interpretan y citan las fuentes académicas para legitimar su "ciencia" (TallBear y Bolnick, 2004). Así, por ejemplo, si bien el Proyecto Genográfico emprendido por National Geographic e IBM pretende buscar marcadores característicos de los pueblos originarios de los Estados Unidos, los que utiliza no son exclusivos de esos grupos humanos porque existen en otras poblaciones, aunque en menor proporción. Además, pese a las sugerencias en contrario, esos tests tampoco pueden aportar información sobre filiaciones tribales (TallBear, 2007: 420).

Así y todo, según los medios de los Estados Unidos, ninguna de esas dudas técnicas acerca de las pruebas genéticas ha "impedido que mucha gente" recurra a ellas en su afán por autodefinirse. Tampoco ha evitado que muchos "adopten una nueva etnicidad respaldada por tests de ADN", especialmente con el objetivo instrumental de adquirir derechos concedidos a las minorías, incluso la participación en las ganancias de las etnoempresas. Como aquel hombre de Utah que recurrió a los servicios de DNA-Print, "ciudadanos de todos los matices esgrimen su ADN para respaldar su derecho a becas, a servicios de salud y al dinero de los casinos, beneficios todos que corresponden a los indios". También existen acciones más imaginativas y menos pecuniarias. Como la de un "cristiano" que recurrió a la genómica recreativa para probar que "tenía ascendencia genética judía", con el fin de adquirir la ciudadanía israelí.[35] También hubo algunas celebridades que recurrieron a estos métodos, entre ellas las más notables fueron Oprah Winfrey y Whoopi Goldberg, que "descubrieron" sus raíces africanas, la primera en las selvas aluviales de Liberia y la segunda en un

35 Harmon, "The DNA age". Tres meses más tarde, en la misma publicación apareció otro informe sobre el tema: "For sale: A DNA test to measure racial mix", *New York Times*, 8 de julio de 2006; http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html?sec=health&res=9B07E6DA1538F932A35753C1A9649C8B63, consultada el 11 de julio de 2006.

"rincón olvidado" de Guinea-Bissau.[36] Si esta tendencia adquiere impulso –y hay signos de que eso es lo que ocurre–, puede suceder que los esfuerzos voluntarios para construir o recrear las identidades sociales dependan cada vez más de la compra de certificados "científicos". Probablemente, se reforzará así la conexión discursiva entre el ser cultural y la biología. Y la *producción* de la identidad acabará dependiendo del *consumo* de medios de comercialización masiva para "probarla".

Muy a las claras, hay mucho más con respecto a los fundamentos ontológicos de la etnicidad –o, con más precisión, con respecto a las formas de subjetividad que ese término denota– que lo que apenas se vislumbra desde las ciencias sociales positivistas. La nada intuitiva coyunda de elección y esencia es apenas el comienzo. La Etnicidad S.A., su punto final. Entre aquel comienzo y ese punto final hay muchas instancias, entre ellas, el (re)descubrimiento de la genealogía, definida en términos latos como una base muy sólida para los vínculos humanos, vínculos más "verdaderos", menos engañosos que otros fundamentos del ser común, los intereses comunes y el destino común. A su vez, este hecho nos señala el camino de la política identitaria.

Segundo, orientación: de la política identitaria a la economía política de la fabricación de mundos

En todas las ciencias sociales, dondequiera van más allá de la semiosis y la fenomenología, los enfoques de la identidad cultural se orientan de manera abrumadora hacia sus dimensiones políticas. Tal vez esa situación sea un corolario de que las perspectivas constructivistas, actualmente en ascenso, suelen entender que *cualquier* tipo de conciencia colectiva es por su propia naturaleza un acto político; de hecho, el acto político por excelencia (cf. Hall, 1996: 442 y ss.). Por ese motivo, en el discurso la *política* y la *identidad* suelen aparecer juntas, como si se completaran mutuamente. Por extensión, la economía, la ética y la estética de la etnicidad quedan casi invariablemente reducidas a una política: a la lucha por intereses y derechos sociales y

36 En los medios africanos, la historia fue comentada con cierto humor. Véase, por ejemplo, "Guinea-Bissau euphoric to claim Hollywood's 'Hoppy' Goldberg as one of its own", Sapa, *Cape Times*, 8 de febrero de 2007. Las frases que nosotros citamos provienen de esta nota, en la cual también se decía que la prueba de ADN de Oprah Winfrey, hecha por encargo de un programa especial de PBS, "demostró que su constitución genética corresponde de manera predominante a una ascendencia papel y bayote", que son dos "tribus" de Liberia.

materiales más o menos compartidos (cf. Jung, 2001; Chabal y Daloz, 2006: 115); a remediar las heridas, la violencia y recuperar las víctimas, reales o imaginarias (cf. Brown, 1995); a la búsqueda de protección contra el Estado o de protección contra otros por parte del Estado o, con sentido más positivo, a conseguir participación en sus medidas benefactoras. Frente a las hegemonías homogeneizantes y la heterodoxia demográfica, quedan reducidas también a luchas diversas por el derecho a adoptar prácticas corpóreas y domésticas "diferentes", a los afanes por tener una música, una poética y convenciones morales también "diferentes". Así, un reciente volumen multidisciplinar acerca de la etnicidad y la democracia en África (Berman, Eyoh y Kymlicka, 2004: 2), comienza con la aseveración de que "en todas partes parece renacer la política de la identidad y la etnicidad". El interrogante que guía todo ese estudio es el siguiente: ¿por qué la etnicidad es un problema *político*? Trabajos paralelos sobre el Caribe (Premdas, 2000) y América Latina (Maybury-Lewis, 2002) reiteran esa afirmación y esa pregunta; lo mismo ocurre en una edición especial de *African Issues*, publicada en 2001 por la African Studies Association.[37] Todo lo dicho es interesante a la luz de los datos de Courtney Jung (2001: 13 y *passim*), los cuales indican que, si bien la etnicidad sigue siendo importante en el ámbito social de la Sudáfrica posterior al apartheid, sólo dos partidos –que representan el 13% del total de los votos emitidos en las elecciones de 1994– cimentan su poder en esa noción: parecería que la identidad cultural no "vende" demasiado en la esfera de la política formal de esa región del sur global. Desde luego, dar prioridad a lo político no implica necesariamente terminar con la etnicidad. Para Berman, Eyoh y Kymlicka (2004: 3), que adoptan un punto de vista weberiano neto, la etnicidad comprende "expresiones complejas y proteicas de las experiencias de la modernidad en África, que derivan de la cambiante realidad material del Estado y del mercado y de los enfrentamientos de clase, de género y de generaciones". Aun así, esas experiencias y realidades no están fuera de "las dimensiones internas y externas de la *política* comunitaria". Análogamente, si bien Castells (2004: 56, 69) habla de la importancia de las afinidades culturales para la "formación de redes y las transacciones basadas en la confianza" carac-

37 En una reseña de obras etnográficas recientes sobre los pueblos originarios de América del Norte, Pauline Strong (2005: 257) señala que "los temas centrales que surgen son la soberanía, la política de la identidad y el reconocimiento por parte del gobierno federal". Parece que en este caso sucede lo mismo que en buena parte del mundo con respecto al énfasis que se pone en lo político en los estudios sobre la etnicidad.

terísticas del "nuevo mundo de los negocios", descarta la idea de que la etnicidad pueda objetificarse *fur sich*. Pese a constituir algo fundamental, es más probable "que se la procese a través de la religión, la nación y la localidad, entidades cuya especificidad suele reforzar". Para Castells, la clave para comprender la identidad en la Era de la Información, la era de las redes, es el *Poder*.[38]

Es evidente que las dimensiones políticas de la etnicidad son *decisivas*. Es tanto más así porque el capitalismo neoliberal tiende, como bien sabemos, a cortocircuitar la política deliberativa y distributiva –es decir, tiende a impedir el debate sobre los principios ideológicos y el bien público, sobre los valores sociales y la ética, sobre los medios y los fines del gobernar–, todo ello en nombre de la eficiencia económica, el crecimiento del capital, el funcionamiento del "libre" mercado, los imperativos de la bio/ciencia y la tecnología, y el imperio de la ley (Comaroff y Comaroff, 2001). Al mismo tiempo, poner el acento, por encima de todo, sobre el aspecto *político* de la etnicidad tiene algunos costos importantes: depende de una concepción subespecificada, casi metafórica, de lo político, cuyo referente primario es la lucha por los intereses; reduce la identidad cultural a una función utilitaria cuya medida es el poder –otra noción subespecificada– y, además, confunde la etnicidad como reivindicación *táctica* de derechos y medio para movilizar fines instrumentales con el contenido *sustantivo* de la conciencia étnica.

Con respecto a este último planteo, cabe argumentar que la etnicidad-en-cuanto-*identidad-política* y la etnicidad-en-cuanto-*identidad-cultural* son fenómenos muy diferentes, pese a que cada uno de ellos es una condición de posibilidad para el otro. La etnicidad-en-cuanto-identidad-política no suele presentar sus fundamentos culturales como un conjunto "denso" de prácticas y signos vivenciados (es decir, de la etnicidad-en-cuanto-cultura en su sentido antropológico) sino que los presenta en términos bastante "chirles" que, desprovistos de matices y densidad, evocan valores muy generales (cf. Jung, 2001: 22-24). Ocurre con ella lo mismo que con el vocablo vernáculo *ubuntu* en Sudáfrica, palabra de origen nguni que tiene una versión equivalente en todas las lenguas indígenas: su significado por denotación es "cualidad de persona" pero su significado connotativo es el "espíritu human(itario)" africano. Interpretado habitualmente como referencia a una sensibilidad comunalista de orientación social, el ethos al cual

38 La mayúscula inicial y las bastardillas aluden al (sub)título del libro en que este autor reflexiona sobre la cuestión; véase Castells, 2004. El resto de los subrayados en los pasajes citados son nuestros.

apela "impregna la Constitución" de la poscolonia y su discurso público.[39] Es así, pese a que ha sido objeto de debates esporádicos y pese a que, según se dice, "las grandes empresas" rápidamente lo están transformando en "una mercancía [más] que en una filosofía".[40] Lo irónico del caso es que, en 2005, se publicó en Sudáfrica un "manual práctico" que, sin intención irónica alguna, se titulaba Filosofía de Administración Ubuntu [*Ubuntu Management Philosophy*] (Broodryk, 2005). Traducido como "unidad", el vocablo pasó incluso a formar parte del eslogan de un equipo profesional de básquetbol de los Estados Unidos, el Boston Celtics. La noción de *ubuntu* se contrapone explícitamente al individualismo liberal de Occidente, encarnado en otros tropos igualmente chirles como la "britanidad" que, según el actual primer ministro del Reino Unido, Gordon Brown, consiste en cualidades tales como el ser buen vecino, la reciprocidad, la imparcialidad, la tolerancia, la responsabilidad y, sobre todo, el respeto por la libertad.[41] Todos sabemos que los pueblos colonizados por Gran Bretaña tenían una idea bastante más cínica de su significado. Lo mismo opinan algunos intelectuales de fama[42] y los antropólogos, uno de los cuales ha dicho que ese concepto "carece de sentido" (Fox, 2004: 21). Pero ésa es otra historia.

39 El vocablo mismo es la forma abstracta del sustantivo *muntu* (singular = "persona"; plural, *bantu*). Se lo cita con frecuencia, junto con la dignidad, para justificar la prohibición de la pena capital en uno de los casos fundacionales del Tribunal Constitucional, *S v Makwanyane* (CCT 3/94). La frase que citamos aquí fue extraída de ese mismo fallo (85), que también contiene un pasaje revelador escrito por la jueza Yvonne Mogkoro: "un ideal compartido que atraviesa como una hebra dorada las líneas culturales es el valor del *ubuntu*, noción que ahora comienza a manifestarse en todos los ámbitos de este país" (101).

40 Es interesante notar que el pasaje citado proviene de una revista femenina de circulación masiva. Véase Charlene Rolls, "*Ubuntu*: For sale or for soul", *Fairlady*, octubre de 2005, pp. 52-56.

41 En aquel momento, Gordon Brown era ministro de Hacienda; llegó al cargo de primer ministro en junio de 2007. Parafraseamos aquí la exposición que pronunció en una conferencia sobre "El futuro de la identidad británica", organizada por la Sociedad Fabiana del Reino Unido (14 de enero de 2006). En mayo de 2006, el Partido Laborista gobernante propuso incluir en los programas de estudio para jóvenes comprendidos entre los 11 y los 16 años, un curso dedicado a "los valores británicos fundamentales". Véase, por ejemplo, http://news.bbc.co.uk/1/hi/education/4771443.stm, consultada el 10 de julio de 2006. El lector que quiera ver un ejemplo del tratamiento que se da al tema de la identidad británica en un texto escolar puede consultar a Oakland (2006: 68-72).

42 Puede hallarse una crítica a la exposición de Gordon Brown en Henry Potter, "The British, thank Goodness, don't talk about their values", *Observer*, 9 de julio de 2006, p. 23. Véase también un editorial del *Independent*, "Concept of Britishness", reproducido en el *Cape Times*, 29 de enero de 2007, p. 8. En este

Más que nada, el hecho de poner el acento en lo político en el sentido estrecho del término impide, precisamente, analizar lo que nos impulsó a realizar esta excursión por la historia presente: los etnofuturos. Recordemos al presidente de Contralesa, quien dijo que era hora de que los encargados de proteger la identidad cultural en Sudáfrica dejaran de prestar atención a la lucha por los derechos humanos y se preocuparan por los capitales de riesgo; recordemos al "pueblo" mabaso, que procuraba adquirir poder en la "nueva" Sudáfrica fundando una empresa que le permitiera insertarse en la industria del turismo; recordemos también el "Reino de los Zulúes" y su empeño por afirmarse mediante una marca, y recordemos, por fin, al gobernante de los bafokeng, un soberano "tradicional" que se transformó en gerente general. Ninguno de ellos carecía de política. Pero todos reconocían de hecho, en cambio, que el terreno de lo político está cambiando. La idea de que la cultura, la política y la economía puedan subsistir en ámbitos institucionales e ideacionales netamente distintos –principio fundacional de la teología liberal– es cosa del pasado, desleída ya por los imperativos del *laissez-faire*. Invocando una vez más a Rancière (1999: 113; véase abajo, p. 183), podemos decir que vivimos en una época en la cual la economía-política –con este guión renovado– es cada vez más, y sin tapujos, una fuerza que fabrica mundos; que vivimos en una época en la cual la política, sin rubor ya, forma parte inherente de la administración efectiva del capital. Lo político y lo económico (mejor dicho –dadas las prioridades del momento– lo económico y lo político) son inseparables como nunca lo fueron antes; son ámbitos anclados por igual en el mercado y el derecho, en sus materialidades, su moral y sus procedimientos de significación. De ahí la observación de Halter (2000: 12-13) de que la identidad –considerada hoy, desde adentro, como un producto del mercado– tiene cada vez más relación con las realidades manifiestas del consumo masivo (cf. también Bankston y Henry, 2000: 381-385). De ahí también que, a la inversa, tenga cada vez menos que ver con lo político, más allá de la lucha por el reconocimiento y la defensa de los intereses. Aparentemente, según Arif Dirlik (2000: 129), ocurre lo mismo incluso en China, donde "los grupos étnicos [...], definidos anteriormente mediante categorías políticas, comienzan a verse también como grupos económicos 'naturales'". Según se dice,[43] el

último artículo se decía que la noción de "identidad británica" era algo "desagradable y mal definido".

43 Debemos esta observación al profesor James R. Wilkerson, del Instituto de Antropología de la Universidad Nacional Tsing Hua de Taiwán (comunicación personal, 30 de mayo de 2007).

término que se aplica a esos grupos y que se translitera como *zuqun*, también se utiliza para referirse a un grupo de accionistas. Prestemos atención al acento que se pone en la frase grupos económicos *naturales*. Escucharemos sus resonancias a medida que avancemos.

Las dos observaciones generales que hicimos –(i) la de carácter *ontológico*, de que la identidad cultural contemporánea se experimenta como producto de una esencia compartida y de la autoconstrucción; y (ii) la de intención *orientadora*, de que su reducción a la política impide comprender la complejidad de su reinserción en la economía-política neoliberal– están íntimamente vinculadas con lo que dijimos antes acerca de la constitución de la etnicidad como persona jurídica o ideal y acerca de la etnomercancía. Sugerimos que la etnomercancía tiene varias capacidades "extrañas": la de conjurar una dialéctica abierta, en la cual los sujetos étnicos y los objetos culturales, la dotación genética y las prácticas electivas, se reconfiguran mutuamente en todo momento; la de transformar los productos y las prácticas culturales en propiedad intelectual con un copyright "natural", que se posee por medio de conocimientos indígenas o de innovaciones; y la de conservar su valor aurático incluso en condiciones de reproducción en los medios masivos de comunicación. Esas propiedades de la etnomercancía fusionan la biología con la autoconstrucción, la genética con lo generativo, así como la constitución de la identidad como persona jurídica implica dos cosas inseparables: una reivindicación política de la soberanía y una reivindicación económica de la propiedad.

¿Cuál es la conclusión entonces? Que en la historia tal como se desenvuelve en el presente, se percibe gran consonancia entre la índole de las etnomercancías, la constitución de la identidad como persona jurídica y los cimientos existenciales de la etnicidad. Pero las dos observaciones anteriores sugieren también otra pregunta. Si ambas son verdad, ¿no deberíamos inferir que se está produciendo una reconstrucción del *contexto* mismo en el cual se sitúa la identidad cultural? Se entiende por lo general que ese contexto es el Estado-nación –punto de referencia, al fin y al cabo, de lo *trans*nacional, lo *supra*nacional y lo *sub*nacional – y, en nuestros días, del orden global del cual forma parte. Indaguemos cuáles son las variedades de subjetividad política y de individualidad que se forman en su seno y cruzando sus fronteras.

III. ACERCA DE LA SUBJETIVIDAD POLÍTICA, LA IDENTIDAD Y EL CARÁCTER DE NACIÓN

Según la historia benedictina –benedictina por Benedict Anderson (1983)–, los sistemas modernos de gobierno se fundamentan en una "fraternidad horizontal" que a su vez forma parte de una ficción, la homogeneidad cultural.[44] Mucho se ha dicho sobre este producto de la imaginación: que la constitución de las naciones europeas siempre fue más una aspiración que una realización lograda, siempre fue más heterogénea de lo que proclamaba la historiografía; que, mediante un casi imperceptible guión, la nación siempre estuvo vinculada al Estado que investía al gobierno; que siempre fue algo inacabado. Además, siempre estuvo comprometida por la presencia de "otros" en su seno, otros cuya identidad primordial se interpretaba como amenaza para la unidad cívica y que, por consiguiente, tenían que confinarse al ámbito "privado" del hogar, las congregaciones, las asociaciones, las comunidades. Aun así, la imagen idílica de una ciudadanía fundada en la mismidad fue apoyada con tesón, a veces por medios violentos. Pero el mundo está cambiando. En todas partes, los estados-nación tienen que aceptar la heterogeneidad como nunca antes lo hicieron.[45]

Esta situación se ha tornado particularmente visible por tres circunstancias. *En primer lugar*, el hecho de que las poblaciones anteriormente colonizadas han invertido el sentido de la corriente colonial, que antes iba del centro a la periferia, aumentando su intensidad, reafirmando su alteridad, diversificando la metrópoli e instalando en la esfera pública el "problema" de la diferencia. *En segundo lugar*, algo relacionado con lo anterior: el llamado movimiento global de pueblos indígenas que, instigado por organizaciones no gubernamentales del mundo entero, ha hecho sentir su presencia en las políticas planetarias relativas a la identidad, los títulos que los asisten, el reconocimiento y los derechos individuales. Ese movimiento, iniciado en las Américas y en Canadá, adquirió impulso cuando se creó en 1982 el Grupo de Trabajo sobre Poblaciones Indígenas de la ONU y se

44 Hay que decir que el libro de Anderson, *Imagined communities* (1983) conmocionó las ciencias sociales. Sin embargo, ha sido objeto de muchas críticas; véase, por ejemplo, Kelly y Kaplan (2001).

45 Desde el punto de vista demográfico, los estados-nación de Occidente reproducen ahora la heterogeneidad característica de las poscolonias. La diversidad de estas últimas se debe al hecho de que, históricamente, mientras acumulaban "posesiones" en el extranjero, los colonizadores prestaron muy poca atención a su viabilidad social y cultural, y también se debe a regímenes que durante muchos años practicaron la política de "dividir para reinar".

redactó la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas (Sanders, 1989; cf. Niezen, 2003; Stamatopoulou, 1994). También fue fomentado por la adopción por parte de la Organización Mundial del Trabajo, en 1989, del Convenio sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas y Tribales, que reconocía el derecho de poblaciones del cuarto mundo a controlar su propio desarrollo, así como la celebración en 1993 del Año Internacional de los Pueblos Indígenas del Mundo y la firma del Convenio de la UNESCO sobre el patrimonio cultural en 2003 (véase supra, p. 54; cf. Cameron, 2004: 138; Igoe, 2006: 403-412). Sus objetivos se han expresado de diversos modos, pero giraron siempre alrededor de reivindicaciones territoriales, políticas, lingüísticas y culturales (cf. Wilson, 1997) que tomaron el rumbo de lo que se dio en llamar –tal vez con exageración– "aboriginalidad globalizada", expresada en "la creación de un embrión de macrocomunidad indígena mundial" (Sylvain, 2005: 357, según Forte, 1998). *En tercer lugar*, y quizá el más fundamental, es el efecto transformador del neoliberalismo, definido en términos latos, sobre la soberanía moral y material de los gobiernos como instituciones, especialmente desde 1989. La heterogeneidad se ha acrecentado por la mayor movilidad del capital, de los lugares de producción y de la mano de obra: pensemos en las migraciones a larga distancia de grupos cada vez más grandes de personas que buscan mejores ingresos; recordemos que a muchas naciones europeas les es imposible reproducirse demográficamente o sostener su infraestructura social sin la incómoda presencia de inmigrantes extranjeros; pensemos en la corriente transnacional de signos, estilos, mercancías e información que fluyen a través de los medios masivos, acelerada a su vez por la formación de una plebeyez electrónica. Todos esos fenómenos son consecuencias directas o indirectas de la hegemonía del mercado –una hegemonía económica y semiótica a la vez– que tiene varios efectos *opuestos entre sí:* socava y respalda las fronteras soberanas, extiende y reduce el ámbito regulador de los estados, valoriza lo local y, *a la vez*, lo vacía en un molde que le es totalmente ajeno.

Estas circunstancias históricas aún en ciernes han obligado a los estados-nación a imaginarse a sí mismos de una manera más heterodoxa, a veces con aprensión (J. L. Comaroff, 1996: 177).[46] De ahí que hayan aumentado

46 Cf. Rancière (1999: 104), quien comenta que, en la época contemporánea, se supone que la "emancipación liberará a la nueva comunidad en cuanto multiplicidad de racionalidades locales y de minorías étnicas, sexuales, religiosas, culturales o estéticas, fundamentando su identidad sobre el reconocimiento de que toda identidad es contingente".

las publicaciones acerca de la ciudadanía, la soberanía, el multiculturalismo, los derechos de las minorías y los límites del liberalismo, tanto en el ámbito vernáculo como en el académico, el filosófico y el sociológico. De ahí también la xenofobia por reacción que acompaña a la heterodoxia en todas partes. Más por necesidades prácticas que por principios éticos, las heteronaciones que se están constituyendo sitúan la diversidad cultural y religiosa dentro de un orden cívico de ciudadanos "universales" que son ostensiblemente iguales ante la ley. En otras palabras, envuelven la diferencia con el abarcador lenguaje del pluralismo y la subsumen en un único régimen jurídico-político que se constituye, por así decirlo, recurriendo al constitucionalismo.[47] Desde 1989, se han promulgado más de cien constituciones nacionales nuevas que, en su mayoría, dan mucho más lugar a la heterogeneidad que las anteriores y se expresan en el lenguaje de los derechos. No obstante, lo notable es que los intentos de incorporar poblaciones polimorfas al seno de comunidades políticas modernistas liberales se han topado con dificultades (Comaroff y Comaroff, 2003a) mediadas por distintas culturas de la diferencia. Pensemos en los intentos de Gran Bretaña y de Francia para lidiar con el pañuelo de cabeza islámico. Mientras que Francia ha prohibido su uso alegando su *laïcité*, Gran Bretaña ha aprendido a convivir con esa prenda, aunque no de buen grado ni sin conflictos.[48] Desde 2001, se permite a las mujeres policías usar el *hiyab*, aunque el mismo debe llevar una franja con la insignia característica de la Policía Metropolitana.[49] Hace ya muchos años que se permite a los varones sikh usar un

47 Lo mismo vale para ciertos países, como Gran Bretaña y Nueva Zelanda, que carecen de constitución escrita pero tienen una cultura jurídica –si es que podemos hablar en términos tan vagos– que se ha vuelto con el tiempo más tolerante con la heterogeneidad.

48 La polémica continúa. A fines de 2006, por ejemplo, Jack Straw, ministro del gabinete, abogó por la eliminación de los velos "totales" de las mujeres musulmanas en ciertos contextos cívicos, alegando que así se promovían las "relaciones comunitarias". Sus comentarios levantaron una polvareda de protestas. Véase "Remove full veils, urges Straw", BBC *News*, 6 de octubre de 2006; http://news.bbc.co.uk/1/hi/uk_politics/5411954.stm, consultada el 27 de diciembre de 2006.

49 Esta disposición formaba parte de una iniciativa oficial, "Protect and respect: Everybody benefits". Según esa iniciativa, se permitiría a los oficiales rastafaris que usaran sus característicos rizos, pero una consulta telefónica con la policía de Manchester realizada el 25 de julio de 2007 no nos permitió constatar si la decisión entró alguna vez en vigencia. Las diversas consultas escritas que enviamos quedaron también sin respuesta. Puede verse un informe actual sobre el *hiyab* de la Policía Metropolitana en Nick Hopkins, "Met lets Muslim policewomen don headscarves", *Guardian*, 25 de abril de 2001, p. 9.

turbante en lugar del casco tradicional. Para hablar de un tercer caso, en los Países Bajos, la tolerancia hacia *cualquier* presencia musulmana, de hecho, la tolerancia al multiculturalismo se ha estrellado contra una pared, especialmente desde noviembre de 2004, cuando el polémico cineasta Theo van Gogh fue asesinado por Mohamed Bouyeri, persona que tenía la doble ciudadanía holandesa y marroquí. Ese asesinato, considerado infame en todas partes del mundo fue producto de la indignación que suscitaban las provocativas descripciones del Islam que hacía el citado cineasta.[50] Comparemos también a Botsuana, cuyos presuntos esfuerzos por borrar el estilo de vida característico de los san se han transformado en tema de polémica internacional, con Sudáfrica, país que ha intentado con denuedo hallar una manera de conciliar una enorme diversidad cultural y lingüística, aunque no con pleno éxito o sin controversias. Con dificultades, disenso, deseos de aceptarla y de rechazarla, la heterodoxia es una característica ineludible de la historia del futuro, pese a todos los problemas que plantea para reimaginar la constitución de la nación.

Heterodoxia, subjetividad, ID-ología: de los abismos del relativismo al policulturalismo

¿Qué significa todo lo que hemos dicho con respecto al modo en que los *Homo sapiens* se construyen y se reconocen como seres sociales y sujetos políticos, singulares y plurales? En un mundo donde casi todo se formula en el lenguaje del mercado, la libertad se presenta como capacidad de autodeterminación; hablando con crudeza, como capacidad de elegir. A su vez, la autodeterminación implica un contrapunto entre el autorreconocimiento "auténtico" y el reconocimiento social (Taylor, 1994; cf. Geertz, 1963: 118). Puesto que se han socavado los otros pilares de la agregación –notablemente, en un mundo postmarxiano y postweberiano, el de la clase–, puesto que esos pilares se disuelven transformados en metáforas huecas y

50 Con respecto a las cambiantes actitudes hacia la diferencia en Holanda, cabe decir que a menudo se presenta el asesinato de van Gogh en paralelo con la muerte en 2002 de Pim Fortuyn, polémico personaje político que se manifestaba contra los inmigrantes, contra el Islam y hacía gala de su orientación gay. Hay innumerables constancias de esos hechos, de la indignación pública que suscitaron, de la xenofobia resultante y de las reacciones de los musulmanes. Se puede hallar una exposición de lo sucedido notablemente equilibrada en Gamal Nkrumah, "How Holland lost its innocence", *Al-Ahram Weekly on-line*, 717, 18-24, noviembre de 2004; http://weekly.ahram.org.eg/2004/717/in1.htm, consultada el 3 de marzo de 2005.

lo social mismo parece cada vez menos "real" (cf. Kapferer, 2005), puesto que la heterogeneidad y el relativismo ponen en riesgo a la nación, los lazos de apego individual y colectivo comienzan a intervenir en cuestiones que parecían los fundamentos elementales no mediados de la vida misma: la raza, la religión, el género, la sexualidad, las generaciones, la etnicidad. Por esa razón, desde los últimos decenios del siglo XX, han cobrado una intensidad imprevista las reivindicaciones que se hacen en nombre de estos temas y, a veces, de un conjunto de ellos, reivindicaciones que a menudo trascienden y cruzan las fronteras nacionales. Destaquemos aquí el paso de la metáfora a la metonimia: del cuerpo político al cuerpo politizado como *fons et origo* del entramado social concreto.

Entre esos presuntos fundamentos de la vida humana, la etnicidad –que tiene el potencial de fundar poblaciones de distintas escalas, desde un puñado de seres hasta millones de personas– ha resultado ser muy eficaz como principio de similitud, reconocimiento, apego, consociación y movilización, componentes activos que luego cuajan en la identidad. Como ocurre con la nación, las presuntas raíces de la etnicidad son la sangre y la cultura compartidas, el interés colectivo, confluencia que parece tanto más real porque el carácter nacional cívico está cada vez más imposibilitado de hacerse pasar por un parentesco ficcional, es cada vez menos capaz de controlar la diferencia y subsumirla en una comunidad política imaginada-como-unidad o de confinarla a la esfera privada. En la medida en que la conciencia étnica se ha convertido en el vehículo sociosemiótico de la diversidad cultural, situándola a la vez en el ámbito *existencial* (en la biología) y en el ámbito *electivo* (en la autodeterminación), se ha transformado en el lenguaje común de la transacción "en los abismos del relativismo pluralista" que caracteriza la constitución de heteronaciones (Vanderbilt, 1997: 140). Es más, desde el punto de vista de un funcionalismo "*folk*" orgánico, la manera más eficaz de exigir un prefermento moral y material en una presunta era posideológica consiste en reivindicar un derecho *natural* sincero ("inherente") a la etnicidad: un derecho que emana de la sustancia genética, de la "nuda vida" misma. En gran medida, *por esa razón*, se entiende que la cultura es el ámbito de la autoconstrucción por excelencia; *por esa razón*, la ideología le va cediendo el paso a la ID-ología –ontología de la identidad– como fundamento del compromiso político (Comaroff y Comaroff, 2003a); *por esa razón*, las políticas se ocupan menos de lograr el bien común que de obtener bienes y se interesan menos por las antiguas formas de producción material que por los modos contemporáneos de consumo; y también *por esa razón*, la cultura se va sedimentando como una propiedad intelectual con copyright natural,

dotada genealógicamente y ostentada con pasión, una especie de capital exclusivo.

Si bien la mayor parte de la gente sigue viviendo *en* algún Estado-nación, cada vez más su categoría de ciudadanos *de* un Estado-nación es condicional. Volviendo al caso de Sudáfrica, que parece bastante paradigmático en este aspecto,[51] un estudio reciente indica que menos del 25% de los habitantes se consideran primordialmente sudafricanos. En su "inmensa mayoría [...] piensan en primer lugar" que son miembros de un "grupo étnico, cultural, lingüístico, religioso o de alguna otra índole", grupo al que "consideran ligado su destino individual". Al mismo tiempo, la mayoría *no* "rechaza su identidad nacional" (Gibson, 2004: capítulo 2).[52] La complejidad radica, precisamente, en esa doble visión. El carácter condicional de la ciudadanía, el hecho de que esté cargada de connotaciones y socavada por una política de la diferencia, no implica necesariamente la negación del sujeto nacional: sólo indica que no se concilia cómodamente con otras prioridades. En general, las prioridades de la otredad.

En la medida en que la identidad descansa sobre la adscripción y la elección a la vez, sobre la convicción y la ambigüedad, sobre lo inefable y lo autogestivo, ha quedado incorporada a un sujeto visto cada vez más como alguien con espíritu de empresa y experimentado como tal desde su propio interior. Espíritu de empresa, incluso, para poner en acto su otredad.

Este auge del sujeto con espíritu de empresa no ha pasado inadvertido. En 1979, en una conferencia que dictó en el Collège de France y que llevaba el título de "El nacimiento de la biopolítica", Michel Foucault se ocupó de ese tema haciendo una distinción entre el *neo*liberalismo y su precursor histórico. En su exposición, hizo hincapié en dos transformaciones principales (Lemke, 2001: 200).[53] La primera afecta a la relación entre el Estado y la economía: mientras que, anteriormente, el Estado dirigía y controlaba el

51 Véase *International Social Survey Programme 2003: National Identity II* (ISSP 2003); http://zacat.gesis.org/webview/index.jsp?object=http://zacat.gesis.org/obj/fStudy/ZA3910, consultada el 13 de diciembre de 2006. Para el caso de Israel en particular, véase Ram (2000).

52 En los medios sudafricanos hubo muchos comentarios sobre el estudio de Gibson. Las citas que incluimos aquí provienen de un perspicaz análisis sobre ese estudio; véase Jan Hofmeyr, "Our racially divided city can ill afford another fear-based election campaign", *Cape Times*, 3 de agosto de 2005, p. 11.

53 Lemke trabajó con cintas de audio del archivo Foucault de París. Esta conferencia fue publicada más tarde junto con otra pronunciada en 1978, "Sécurité, territoire et population", con el título común de *Naissance de la biopolitique: Cours au Collège de France* (Foucault, 2004).

funcionamiento de la economía, el giro neoliberal transforma "al mercado mismo en el principio organizador y regulador que subyace al Estado". La segunda transformación tiene que ver con el gobierno racional y el *homo economicus*: para el liberalismo clásico, la libertad "natural" del individuo era la precondición del gobierno racional y cualquier restricción excesiva de la "naturaleza humana" ponía en riesgo al gobierno mismo, cuya tarea, se infiere, era nutrir esa libertad. Por el contrario, el neoliberalismo, que reduce la vida social a un cálculo de costos y beneficios, limita el gobierno a la protección "artificial" del "comportamiento emprendedor y competitivo de individuos racionales desde el punto de vista económico".[54] Por consiguiente, la autonomía moral de esos individuos se mide por su capacidad para "cuidar de sí mismos'", como dice Wendy Brown (2003: 6), "es decir, su capacidad para cubrir sus propias necesidades [y] velar por sus ambiciones". Por su parte, el Estado delega en ellos la responsabilidad por todos los riesgos sociales y las consecuencias que entrañen sus acciones, cualesquiera sean las condiciones estructurales o ecológicas; por ende, "la" población se concibe como un conglomerado de emprendedores y consumidores que calculan y no como un conjunto de ciudadanos que respetan reglas (7). Asimismo, la producción se concibe como un proceso en el cual cada trabajador optimiza sus relaciones consigo mismo y con los otros como "capital humano". Según Brian Massumi, vivimos en una época en que la totalidad de nuestra existencia "se transforma en una herramienta capitalista".[55] En lugar de empleados, entonces, los trabajadores son "emprendedores autónomos" que procuran acumular plusvalor. Desde esta perspectiva, son "empresarios de sí mismos" (Foucault, 2004; véase Lemke, 2001: 199).

Esta última frase evoca un modo de ser y de autoimaginarse que está en la médula misma de una nueva iniciativa global, proclamada como panacea que resolverá la pobreza en el mundo: el movimiento en pro del microcrédito. Pues el objetivo de ese movimiento es prestar –adviértase, no es *dar*; la idea rectora es la de una transacción puramente comercial, no la de una "dádiva"– pequeños capitales a bajo interés a un número muy grande de gente sumamente pobre, a fin de que cultiven su "natural instinto empresario" iniciando sus propias empresas y expandiéndolas luego. Reconocida ya cuando se le otorgó un Premio Nobel muy publicitado, esa iniciativa ha

54 En esta argumentación, la referencia al neoliberalismo está asociada específicamente con las teorías económicas de la Escuela de Chicago (Lemke, 2001: 197 y ss.).

55 Mary Zournazi, "Interview with Brian Massumi", *Port* (s/f), http://www.theport.tv/wp/pdf/pdfi.pdf, consultada el 10 de mayo de 2007.

gozado de gran difusión en los medios y está recibiendo mucha atención en los círculos gubernamentales, los no gubernamentales y los filantrópicos.[56] En Sudáfrica, alienta la misma ideología en el Movimiento en Pro de la Productividad, emanado del Instituto Nacional de la Productividad, que es un organismo privado. Esa institución alecciona a los sudafricanos para que se vean a sí mismos como "activos de una empresa", y prosigue diciendo: "rinda cuentas de sus acciones"; "sea innovador". Si así lo hace, "su productividad, mi productividad" irá creciendo "para formar una próspera empresa cuyo nombre será –y lo que sigue aparece en negritas– Sudáfrica S.R.L.".[57]

Todo ello implica, además, que hay un neto paralelismo entre el nacimiento del sujeto con espíritu de empresa y el auge de la etnoempresa. Las dos cosas están entrelazadas en el nivel colectivo: para decirlo de algún modo, entrañan una concepción de cada "yo-como-nosotros", de la individualidad-devenida-identidad. Como ya hemos dicho, la etnoempresa implica la administración y comercialización de productos y prácticas culturales, *qua* propiedad intelectual, es decir, como fuentes de valor –de hecho como capital exclusivo–, inseparable del ser y de los cuerpos de los propietarios-productores. Y como ya hemos dicho también, ha desplazado la venta de la fuerza de trabajo, tal como se la concibe convencionalmente, en la producción de los medios para la vida material. En este sentido, el ethos neoliberal de la etnoempresa parecería invertir la concepción marxiana del trabajo como algo *ajeno* al trabajador, como algo que *no es libre*, algo *enajenado* de su existencia al extremo de que el trabajador "sólo se siente a sus anchas [...] en sus horas de ocio, mientras que en el trabajo se siente incómodo"* (Marx, 1988: 74). Sin embargo, los críticos del neoliberalismo han

56 En el año 2006, el Premio Nobel de la Paz fue acordado a Muhammad Yunus, fundador del Grameen Bank y uno de los precursores de la política de microcréditos. El lector que quiera consultar información más amplia de los medios sobre este tema, puede remitirse a "Milllions for millions", Conrad Bruck, *New Yorker*, 30 de octubre de 2006; http://www.newyorker.com/archive/2006/10/30/06103fa _fact1, consultada el 29 de julio de 2007. Como señala Bruck, el enfoque de Yunus sobre los microcréditos no es el único; tiene sus detractores –el más notable, Pierre Omidyar, que es otra figura importante dentro de ese campo– y también existen modelos alternativos.

57 Las frases citadas figuran en dos páginas del sitio web del National Productivity Institute, http://www.npi.co.za/pebble.asp?relid–231, sobre el tema "How to be more productive". Las dos páginas fueron consultadas el 26 de julio de 2007. Nótese que el NPI tiene una dirección institucional en Internet.

* Damos la traducción de Julieta Campos en Karl Marx, *Manuscritos económico-filosóficos*, México, FCE, 1962, que se atiene a la versión en inglés de T. B. Bottomore. [N. de las T.]

observado, correctamente, que, elogiando al sujeto emprendedor y descartando las dimensiones estructurales de los procesos económicos, la "teoría del capital humano" legitima un nuevo modo de dominación y de (auto)-regulación. Según lo señalado por Wendy Brown (2003: 8), Thomas Lemke (2001: 203) y otros autores, ese nuevo modo de dominación no se limita a reproducir los mecanismos reguladores y formas de explotación existentes: proporciona técnicas perfeccionadas de control a través de la libertad misma. Y ese fenómeno entraña una divergencia menos radical que la exacerbación del mito modernista del "trabajo libre" en el capitalismo industrial, mito contra el cual Marx clamaba con tanta pasión.

Ahora bien, ¿no hay algo distinto, alguna veta emancipadora en la empresa étnica? ¿Acaso no hemos mostrado que la economía de la identidad permitió que poblaciones empobrecidas y marginalizadas desde hace mucho tiempo transformaran los medios empleados para excluirlas en fuentes de beneficio sin producir alienación, enajenación ni pérdida de la "verdadera" individualidad? He aquí una pregunta compleja que tiene respuestas sumamente ambiguas: por un lado, la etnoempresa, *sin duda*, crea nuevas oportunidades para producir, controlar y redistribuir el valor. No obstante, repitiendo lo que ya señalamos, diremos que la transformación de la cultura en mercancía puede consolidar antiguas líneas de desigualdad, puede llevar a formas nuevas de exclusión, fomentar la concentración del poder y crear, en definitiva, tanta pobreza como opulencia. A veces, mucha más pobreza. Ésa es la otra cara de las luchas por la autenticidad y la pertenencia, como era visible en las controversias sobre los bosquimanos "reales" y los "falsos"; también es la otra cara de las luchas por el etnocapital, como sucedía entre los mabaso y los makuleke, y la otra cara de las disputas acerca del crecimiento del turismo global y su descarado estilo neocolonial de extracción, como ocurre en algunas regiones de Kenia. Por último, también es la otra cara del sempiterno debate acerca de a quiénes debe beneficiar la acumulación producida por la comercialización étnica: si debe beneficiar a los individuos o a las comunidades, especialmente cuando existen innovaciones que pueden patentarse, llevar firma autoral o ser objetos de *koporaet*, como ocurría con las artesanías y los métodos chamánicos de los shipibo. Los augurios y los proyectos de la etnoempresa son, por no decir más, equívocos. Volveremos sobre este tema al final de nuestra exposición.

Retornando a la cuestión presente, cabe decir que el hecho de que la etnoempresa haya incubado este tipo de conflictos subraya una vez más que la economía de la identidad no está restringida al ámbito económico; que de manera simultánea e inevitable tiene que ver también con la po-

lítica. En las condiciones de las heteronaciones, la etnicidad constituida como persona jurídica o ideal se expresa a menudo como una demanda de autodeterminación soberana (Comaroff y Comaroff, 2003a), una defensa del derecho que asiste a las etnonaciones de gobernarse de acuerdo con los medios y fines vernáculos. *No* se trata de un mero reclamo de reconocimiento, que se aplaca con una cortés apreciación por parte de la mayoría de la población de las "pintorescas" costumbres, vestimentas y cocina de una u otra minoría dócil. Cuando la reafirmación étnica obra a la vez sobre el entramado primordial, el derecho natural, el interés colectivo y la voluntad de soberanía, el concepto de *poli*culturalismo capta la situación con mayor exactitud. El prefijo "poli" indica la fusión de dos cosas: la pluralidad y su politización. Es una declaración *fuerte* –un argumento fundamentado en la ontología cultural– acerca de la naturaleza misma de la plurinación y de qué significa ser ciudadano en su seno: acerca de su constitución y el espíritu de sus leyes; acerca de su buen gobierno y de la necesidad (o no) de darle un nombre compuesto; acerca del autogobierno y los medios para llevarlo adelante. Por otra parte, cuestiona al Estado-nación y los límites de su tolerancia hacia lo heterodoxo: "A nosotros, como nación zulú, nadie nos va a decir qué tenemos que hacer con nuestra cultura", dijo en septiembre de 2007 el rey zulú Goodwill Zwelithini. "No le vamos a pedir permiso a ningún organismo [del gobierno] para reivindicar nuestra cultura y nuestras tradiciones".[58] Pese a la fe en el multiculturalismo de algunos filósofos humanistas –fe que se origina en una optimista visión liberal del mundo, propia de la modernidad tardía–, el lugar que le cabe a la diferencia en la mayoría de las instituciones políticas contemporáneas dista mucho de un reconocimiento de la alteridad radical (cf. Povinelli, 1998). Son muy pocas las instituciones que toleran en su nombre reivindicaciones de esa índole, excepto las más módicas relativas a la soberanía política o jurídica. En consecuencia, el policulturalismo puede engendrar una violencia civil explosiva, como ocurrió en Bosnia, en Chipre y en la India. En Sudáfrica, con la guía de Contralesa, esa situación ha tomado la forma de una incesante confrontación sorda entre el liberalismo moderno de corte europeo y diversas nociones de la "autoridad tradicional" que se expresan y formulan de distintas maneras. En el resto de África, "la etnicidad [...] es un principio de exclusión e, incluso, de muerte" aunque también es "el vehículo de una

58 Bongani Mthethwa, "Zulu culture wears the pants", *Sunday Times* (Johannesburgo), 9 de septiembre de 2007, p. 7.

nueva economía moral de la *polis*" (Bayart, 2005: 40). En los Estados Unidos, se manifiesta en una animosidad mantenida a fuego lento, con esporádicas batallas en los tribunales, entre los integrantes de los pueblos autóctonos y el gobierno federal acerca de la autodeterminación de los pueblos originarios. No obstante, en todas partes, los diferentes conflictos se apoyan en la Etnicidad S.A., en particular, en luchas por el valor monetario de la diferencia. Violencia, guerra jurídica, negocios: en esas tres dimensiones, aisladas o combinadas, se desenvuelve la lógica de suma cero de la identidad.

El reconocimiento jurídico y el lenguaje de la ley: de la judicialización de la política a la guerra jurídica

Observemos que al comentar la constitución de la identidad como persona jurídica o ideal, al referirnos a la transformación de la cultura en mercancía e incluso al hablar del policulturalismo, recurrimos una y otra vez al lenguaje de la ley, a expresiones como copyright, posesión legítima, patentes, títulos, propiedad intelectual, litigios, soberanía. Esa manera de hablar revela otra característica de nuestros tiempos: el fetichismo de la ley.[59]

Como nos recuerda Montesquieu (1748 [1989]), las entidades políticas de la modernidad siempre tuvieron un fundamento jurídico. Al menos en teoría, los ciudadanos fueron desde un comienzo individuos dotados de *derechos* (Taylor, 1989: 11 y ss.). No obstante, el auge del neoliberalismo –que descansa, a su vez, sobre una concepción sumamente voluntarista y utilitaria de las relaciones morales, materiales y sociales– ha acentuado esa dependencia de los procedimientos e instrumentos jurídicos. Los síntomas son inequívocos: entre otros, la sujeción a litigio de esferas de la vida cada vez más amplias, cada vez más íntimas; la notable expansión de la defensa de los derechos humanos; la proliferación de organizaciones no gubernamentales con orientación jurídica; el desarrollo de una jurisprudencia global mucho más abarcadora que las versiones internacionalistas anteriores; la racha de nuevas constituciones nacionales escritas después de 1989 (véase más arriba, p. 80); la frecuencia de demandas contra los estados iniciadas por los mismos súbditos; el recurso a pleitos civiles para remediar agravios reales o imaginarios y, por último, como ya hemos visto, la instauración en todo el mundo de regímenes de propiedad intelectual. En

59 Nos vimos obligados a repetir aquí algunas cosas que ya dijimos en obras anteriores (por ejemplo, 2003a, 2006), aunque lo hicimos en forma abreviada, con ciertas modificaciones.

casi todas partes, incluso en los rincones más apartados del planeta, los seres humanos encuentran motivos para comportarse como *homo juralis*. Lo mismo ocurre con comunidades de todo tipo, que actúan cada vez más como personas jurídicas o las imitan. Todo ello indica que la constitución de la identidad como persona jurídica o ideal forma parte de una cultura planetaria de lo legal.

Se esconde en estos fenómenos una ironía antropológica que ya hemos mencionado al pasar. En la Edad de Oro del Funcionalismo Estructural, los fundadores de la antropología compararon los grupos de parentesco africanos con personas ideales o morales [*corporations*] (Fortes, 1953), de suerte que la expresión "*the corporate lineage*"* pasó a ser un término teórico en el oficio, un fetiche, pues reducía las relaciones humanas de carne y hueso a una abstracción jurídica, a la cual se le atribuía la capacidad de explicar el comportamiento social. Era una idea incómoda para muchos de sus discípulos, entre ellos, nosotros mismos. Dejando de lado otras cuestiones, nunca sabíamos a ciencia cierta si los funcionalistas británicos hablaban analítica o analógicamente (cf. Kuper, 1982). Resultó ser que expresaban analogías. En la actualidad, en los grupos que se definen por su descendencia y consanguinidad, la referencia a la persona jurídica o ideal puede tener cualquier sentido, *menos* el analógico pues el sistema se funda en la materialización de relaciones genealógicas en personas jurídicas *reales*, que tienen sus raíces en la sangre, la cultura y la ley. Así, un fetiche del pasado de la antropología ha retornado, pero *no* ya como abstracción sino como un hecho palpable. Entre paréntesis, hace ya mucho que las personas jurídicas "reales" fueron comparadas con grupos étnicos (o "tribales"), con sus estructuras jerárquicas de autoridad, ritos comunitarios, reuniones ceremoniales e, incluso, jefes "divinos". Pero esa es otra cuestión.[60]

* Siguiendo a Radcliffe-Brown, Fortes y Evans-Pritchard intentaron teorizar los sistemas políticos africanos poniendo de relieve el papel que desempeñan los grupos de filiación. Para Fortes, en una sociedad sin poder centralizado, todas las relaciones sociales se organizan en función del sistema de linajes, una suerte de paradigma que le permitía pensar las relaciones políticas, jurídicas y rituales. La expresión "*corporate lineage*" se refería al funcionamiento de los linajes de filiación entre grupos de personas morales y en el seno de esos grupos. [N. de las T.]

60 En dos obras anteriores se expone la misma idea aunque de manera algo rudimentaria: Jay (1971) y Page (1972). En el periodismo de gran difusión de Sudáfrica también se hizo, no hace mucho, un paralelo entre las "tribus" y las empresas modernas. La comparación entraba en detalles muy específicos; véase Jabulani Sikhakhane, "Tribal spirit lives on in the modern corporate jungle", *Cape Times*, Business Report, 20 de febrero de 2007, p. 2.

Un corolario del fetichismo de la ley es un paulatino desplazamiento de lo político hacia el terreno de lo jurídico –específicamente, de la negociación de los derechos, el reconocimiento y los intereses colectivos, de la autodeterminación soberana, los valores cívicos y el bien común–, desplazamiento que forma parte de la mutación más general de la política en las condiciones históricas contemporáneas (véase más arriba, p. 74). Chanock (2000: 34) describe lo que sucede de esta manera:

> En lugar de una política en la cual se suponía que los derechos sustantivos provenían de un proceso político, ahora la jurisprudencia relativa a los derechos es [el terreno] donde se toman decisiones importantes con respecto a las atribuciones. Puesto que ya no forman parte de las incesantes luchas y negociaciones propias del escenario político, las decisiones acerca de quién tiene derecho a qué [...] se conciben ahora como algo ajeno a la política y se administran según un conjunto de principios jurídicos.

Cada vez más, se encaran por medio de la ley diferencias de *todo* tipo, ya sea que impliquen las libertades privadas o los recursos públicos, el acceso a un tratamiento médico o el derecho sobre un territorio, el ámbito cultural o la autoridad cívica, los derechos físicos y fiscales de los gobernantes o la propiedad, la libertad y el bienestar de los gobernados, la tolerancia religiosa o las aspiraciones étnicas. También, *in extremis*, la vida, la muerte y los estados de excepción. Los debates que otrora se desarrollaban sobre todo en los parlamentos, en las protestas callejeras y otros escenarios políticos, se desenvuelven ahora en un nuevo ruedo o, para ser más precisos, en un terreno paralelo que se expande cada vez más. Puede ser que la política ya no tenga que ver con las clases. Pero sin duda tiene que ver con acciones de clase.* Y este hecho, a su vez, transforma la concepción modernista de lo político *tout court*.

En los tribunales no sólo hay litigios relativos a la política del presente. Se litiga también acerca del pasado para recuperarlo, a veces explícitamente, como propiedad cultural. Por ejemplo, los ex pueblos colonizados han entablado muchísimos pleitos contra el gobierno británico, en cada uno

* Juego de palabras de los autores. En el sistema jurídico de los Estados Unidos, las "acciones de clase" [*class actions*] son demandas en las cuales uno de los individuos afectados por alguna circunstancia entabla juicio en nombre y en beneficio de los demás integrantes de un grupo o clase aunque no cuente con poder de representación expresa. [N. de las T.]

de los cuales se exige el reconocimiento de algún agravio pretérito y la compensación correspondiente. Citaremos sólo dos casos, el de los nandi de Kenia, que reclaman por la muerte de su legendario líder Koitalel arap Samoei en 1905; por su parte, los bunyoro-kitara de Uganda reclaman por la transferencia a Buganda de parte de su territorio ancestral en 1900.[61] A los tribunales poscoloniales han llegado también casos de este tipo. Así, el Foro Civil Masai presentó una petición a la Suprema Corte de Nairobi para que se ordenara la devolución de tierras arrendadas en 1884 a colonos del Reino Unido (Igoe, 2006: 405). Los masai perdieron ese juicio pero los bosquimanos de Botsuana tuvieron mejor fortuna. En diciembre de 2006, después de un prolongado litigio, el poder judicial ordenó al gobierno del país que permitiera regresar a sus tierras "tradicionales" a quienes habían sido expulsados de la Reserva Silvestre del Kalahari Central. Según el dictamen, puesto que su expulsión había sido "ilegal e inconstitucional", debía permitirse que retornaran a su vida de cazadores-recolectores, de acuerdo con los métodos consagrados por su tradición. Sin embargo, como veremos más adelante, esa decisión no puso fin al conflicto.[62] En la otra mitad del mundo, en Nueva Zelanda, seis grupos maoríes presentaron en 1991 un reclamo ante el Tribunal de Waitangi –entidad con atribuciones cuasi judiciales–, pidiendo que se reconociera su estilo de vida vernáculo y los derechos de propiedad consiguientes (Watson y Solomon, 2001). Según argumentaban, el Tratado de Waitangi, firmado en 1840, les garantizaba la "autodeterminación (*tino rangatiratanga*)", la propiedad de los recursos ecológicos y la protección de sus "tesoros" culturales, disposiciones todas que la "Corona Británica había violado" reiteradamente. Su demanda, que

61 Hay numerosas constancias de ambos casos. Entre las reseñas publicadas en África, podemos citar a "Nandi to Sue Britain over Leader's Killing", *Daily Nation on the Web*, http://nationaudio.com/News/DailyNation/Today/News/News150920037.html, consultada el 15 de diciembre de 2004 y también a Solomon Muyita, "Ugandan Monarchy Applies to Sue Britain", *Daily Nation* (Kenya), 13 de octubre de 2004.

62 Véase el caso *Roy Sesana, Keiwa Seitlhobogwa, and Others v Attorney General, for Republic of Botswana*, MISCA Nº 52-2002, en la Corte Suprema de Lobatse. El caso fue muy difundido en todo el mundo y el dictamen, largo y bastante técnico, se fundamentaba en una concepción primordialista de la vida basarwa, cuyo origen data del período colonial británico (Edwin Wilmsen, comunicación personal). En la actualidad, ese caso ha concitado en gran medida la atención académica. Obsérvese que, según se dice, los bosquimanos de Botsuana prefieren esta denominación étnica a la de basarwa o san, que se les aplica comúnmente. En Comaroff y Comaroff (2006) se ofrecen otros ejemplos de juicios entablados contra los estados poscoloniales.

se conoce con la abreviatura WAI 262, procuraba también preservar los "derechos de su legado intelectual con respecto a la flora y la fauna indígena, así como el *Matauranga*, el conocimiento tradicional, las costumbres y las prácticas vinculados con esa flora y esa fauna".[63] Por complejas razones, el tribunal no había llegado a un dictamen definitivo a mediados de 2006. A la luz de lo que ya hemos dicho acerca de la cultura, la naturaleza y las patentes, uno de los reveladores argumentos presentados en el curso del litigio fue que "la manipulación genética con las estructuras de ADN de la flora y la fauna autóctonas" de Nueva Zelanda constituía un delito contra los maoríes. ¿Por qué? Porque desde épocas inmemoriales, los maoríes mantienen "una *whakapapa* o relación genealógica especial" con su entorno natural que "la ciencia y los científicos [...] no respetan ni comprenden". Según Watson y Solomon, el empeño de los maoríes en reclamar su legado cultural y ecológico ha tenido el doble efecto de acelerar "la constitución de su *tikanga* (costumbre)" como persona ideal y de "judicializar [ese] proceso". En muchos lugares, la lucha por la identidad cultural, pretérita y presente, parece adquirir la forma de guerra jurídica,[64] aunque no de manera uniforme ni sin altibajos.

La *guerra jurídica*, que es la utilización de instrumentos jurídicos con fines políticos y económicos (J. L. Comaroff, 2001; Comaroff y Comaroff, 2006: 30 y ss.),[65] es algo endémico en la tecnología de la gobernanza mo-

63 Esta cita, así como la siguiente, acerca de la manipulación genética, provienen de una entrevista con Maui Solomon, el abogado que representó a las seis tribus, y que fue publicada en *In Motion Magazine*, 22 de abril de 2001. Véase http://www.inmotionmagazine.com/nztrip/ms1.html, consultada el 10 de enero de 2007.

64 No sólo se exige a los gobiernos que respondan por la historia. En otra obra (2006) ofrecemos datos sobre juicios entablados por distintos grupos étnicos contra empresas, iglesias y otras instituciones, en los cuales se alega que cometieron en el pasado actos de violencia en su contra.

65 Adviértase que, desde que la usamos por primera vez con el sentido que le damos aquí, esta expresión ha pasado a formar parte del discurso público en los Estados Unidos, aunque con dos ropajes diferentes. El primer ropaje está vinculado con el gobierno de George W. Bush, que la utilizó para describir "la estrategia" de enemigos de los Estados Unidos "que emplean bien o mal la ley en lugar de recurrir a los medios militares tradicionales para obtener objetivos militares"; véase Phillip Carter, "Legal combat: Are enemies waging war in our courts?", *Slate*, 4 de abril de 2005; http://slate.msn.com/id/2116169/, consultada el 20 de mayo de 2005. El otro sentido, es exactamente el opuesto: se refiere a una "política meticulosamente orquestada por el gobierno de Bush" para desacreditar a los abogados defensores de los derechos humanos ("habeas") que procuran proteger a sus clientes de las detenciones ilegales, la tortura y otros actos que amenazan su vida y violan sus libertades (Horton, 2007: 74).

derna. En situaciones de emergencia o de excepción, tanto los estados democráticos como los autoritarios han echado mano a constituciones y estatutos, actas, mandatos y órdenes judiciales –han recurrido a la violencia inherente a la ley (Benjamin, 1978; Derrida, 2002)– para disciplinar a la ciudadanía. Su uso por parte de "los de abajo" contra los más poderosos también tiene antecedentes históricos: a lo largo de los siglos XIX y XX, las poblaciones colonizadas apelaron a los tribunales para pedir protección contra los colonos predadores, la opresión estatal y los excesos del capital. Con todo, la guerra jurídica en cuanto "estrategia liliputiense" parece haber hallado su momento histórico a fines del siglo XX, conjuntamente con la defensa de los derechos humanos, que hoy en día incluyen –hecho crucial– la posesión soberana del acervo cultural. En el pasado, cuando algún grupo étnico reafirmaba su identidad, lo hacía habitualmente usando medios políticos convencionales. Ni siquiera los que tenían aguda conciencia de que existían recursos jurídicos recurrían a ellos con frecuencia: por ejemplo, los seminole de Florida llegaron al extremo de contratar personas de influencia y abogados para *evitar* los litigios sobre cuestiones tribales (Cattelino, 2008).

Pero ya no es así. En la actualidad, los activistas y los miembros de las etnoempresas suelen creer con fervor en el potencial subversivo de la guerra jurídica. Parecen cada vez más dispuestos a recurrir a los regímenes de propiedad intelectual en su empeño por garantizar el valor que confieren a la diferencia y, en consecuencia, a expresar la identidad cultural en el lenguaje del copyright, la soberanía y las patentes. También parecen dispuestos a "salir a buscar" (cf. Benda Beckmann,1981) las jurisdicciones e instituciones jurídicas más convenientes dentro y fuera del Estado-nación a fin de llevar adelante sus intereses colectivos.[66] Algunos, como los bafokeng y los makuleke de Sudáfrica (véase más adelante) se han convertido en avezados querellantes: expertos en hallar "asesores jurídicos de confianza", no tardan mucho en descubrir las incongruencias de la legislación nacional relativa a los derechos indígenas (Robins y Van der Waal, s/f: 9).[67] Sucede

66 Véase, por ejemplo, Peleikis (2006), donde se expone un revelador caso de Lituania.

67 Con el asesoramiento del Centro de Recursos Jurídicos, la dirigencia makuleke cuestiona hoy la Ley de Derechos sobre Tierras Comunitarias [*Communal Land Rights Act*] argumentando que viola la constitución porque respalda la autoridad patriarcal tradicional en detrimento de las mujeres y de los residentes comunes de las tierras tribales. Véanse Christelle Terreblanche, "Controversial Land Rights Bill delayed", *Sunday Tribune*, 26 de noviembre de 2006; Robins y Van der Waal (s/f).

algo parecido en los Estados Unidos, donde el Servicio Jurídico para los Indios del Estado de California [*California Indian Legal Services* – CILS] da a conocer informes periódicos acerca de sus batallas jurídicas con el Estado en una publicación en línea.[68] Dado todo lo que hemos dicho sobre la creciente hegemonía del mercado, es razonable que la legislación sobre la reparación de agravios sea una de las armas preferidas por quienes defienden la propiedad cultural. Asesorados por organizaciones no gubernamentales, algunos han intentado recurrir a instrumentos transnacionales como la Ley sobre Reclamos por Agravios Cometidos contra Extranjeros [US *Alien Tort Claims Act*], por la cual las grandes empresas multinacionales que operan en el extranjero están sujetas a demandas presentadas en los tribunales estadounidenses. Aunque se trata de una ley aprobada a fines del siglo XVIII, se la invoca cada vez más en este siglo XXI (cf. Shamir, 2004). De allí, que se hayan interpuesto acciones de clase invocándola, como la que presentó en Luisiana Yosefa Alomang, de Irian Jaya (Papúa Occidental, Indonesia)[69] contra Freeport-McMoRan, Inc. En esa demanda, la empresa fue acusada de "atroces violaciones de los derechos humanos y del ambiente [...] contra [...] personas de tribus indígenas", entre las cuales se citaban "la intencionada, deliberada y metódica planificación de la destrucción de una cultura [...] y de un legado cultural único e inmaculado que es social, cultural y antropológicamente irreemplazable". Otros grupos étnicos de los Estados Unidos han recurrido también a otros instrumentos jurídicos, como la Ley sobre Procedimientos Comerciales Desleales [*Unfair Business Practices Act*, conocida también como *California Business and Professions Code, section 17200*], ideada para que "cualquier persona o entidad pueda entablar juicio contra una entidad comercial por cualquier acción ilícita que haya realizado en el curso de sus [...] actividades". En 2003, la tribu de Middletown Rancheria, representada por el CILS, presentó una demanda contra Snows Lake Vineyard y Lake County por haber destruido sitios arqueológicos "de los que se sabe que fueron campamentos de caza y se

68 CILS *in the News*, http://www.calindian.org.

69 Caso Nº 1999-CC-3096, *Yosefa Alomang, on behalf of herself and all others similarly situated, v Freeport-McMoRan, Inc., and Freeport-McMoRan Copper and Gold Inc.*, presentado en el tribunal civil de la Parroquia de Orleans en el estado de Luisiana. El 21 de febrero de 1997, esta demanda fue rechazada con el argumento de que se trataba de una cuestión de Indonesia. Sin embargo, generó una considerable reacción pública en los Estados Unidos. Véase *Alomang v Freeport*; http://www.utwatch.org/corporations/freeportfiles/alomang-filing.html, consultada el 7 de diciembre de 2006. Véase también *Risky Business: The Grasberg Gold Mine. An Independent Annual Report on P.T. Freeport Indonesia, 1998*.

sospecha que albergan cementerios ancestrales" y por haber asolado zonas críticas ambientalmente.[70]

La guerra jurídica subversiva no siempre da los frutos que se esperan. No es necesario repetir aquí que, en general, los litigios favorecen a los que más poder y recursos tienen. Según Jeffrey Rosen, en los Estados Unidos, los fallos de la Corte Suprema "se inclinan por las instituciones demandadas" mucho más que antes.[71] En otros países, ocurre lo mismo. Juicios que, *prima facie*, parecen ameritar dictámenes favorables a menudo fracasan, como el que entabló el Foro Civil Masai en Kenia. Lo mismo sucedió con los esfuerzos realizados por los ogoni para acusar a la Shell de connivencia con el gobierno de Nigeria en el asesinato de sus compatriotas. A veces, "los de abajo" pierden incluso cuando ganan: aunque la Corte Suprema de Botsuana ordenó al poder ejecutivo de ese país que permitiera el retorno de los bosquimanos a la Reserva Silvestre del Kalahari Central, el gobierno de Mogae, que no estaba obligado por el fallo a proporcionarles también los "servicios básicos y esenciales", ha sido vilipendiado porque de esa manera impidió que los demandantes vivieran concretamente en las tierras recuperadas (véase más adelante). Tampoco es raro que las poblaciones indígenas acaben siendo víctimas colaterales de la guerra jurídica, aunque su finalidad sea proteger a los "indígenas" y los "desprotegidos". Hollowell-Zimmer (2001) ha señalado que los pueblos originarios de Alaska se encuentran "atrapados en una red de leyes estaduales, federales e internacionales" relativas a las especies en riesgo; y son leyes que prohíben el comercio con pieles de osos polares, con las láminas córneas de las ballenas y el marfil de las morsas. También se dan cuentan de que las "actitudes globales" afectan incluso a su acceso a los cultivos de subsistencia y, por consiguiente, a los medios necesarios para la producción cultural. Un artesano de esas zonas declaró: "somos un pueblo al que se le impide practicar su arte tradicional por las [...] preocupaciones de gente que nada tiene que ver con nuestro estilo de vida ancestral". Gente que vive a mucha distancia, menos preocupada por proteger la diversidad humana que la animal.

En suma, el hecho de que en la etnoempresa se recurra cada vez más a la contienda jurídica puede atribuirse a la conjunción de dos circunstancias. La primera es el propio fetichismo de la ley: el hecho de que la cualidad de persona, la socialidad y la identidad se vayan inscribiendo cada vez más

70 *CILS in the News*, otoño de 2003.

71 Jeffrey Rosen, "Supreme Court Inc.", *New York Times Magazine*, 16 de marzo de 2008; http://www.nytimes.com/2008/03/16/magazine/16supreme-t.html?_r=1&oref=slogin, consultada el 17 de marzo de 2008.

profundamente en las leyes; de que exista una fe casi secreta en ellas como medio de hacer conmensurables las diferencias, de permitir el tránsito del valor a través de las líneas de diferencia; es decir, la reducción de lo social a lo contractual; la judicialización de la política. La segunda circunstancia es la vinculación de la etnicidad con la propiedad que se posee "naturalmente" y, por extensión, su sedimentación como categoría jurídica: una especie de ser-y-conciencia colectivo que entraña derechos y puede transformarse en mercancía. Dadas esas condiciones –en una época en que el poder se mide en materialidades, en que una cultura global de los derechos humanos pone a prueba lo indígena y sus atributos–, la ley se presenta como una herramienta para adquirir poder. Aunque muy a menudo suceda exactamente lo contrario.

¿Cuál es, entonces, el panorama general? ¿Qué consecuencias tiene el hecho de que, en muchas partes del mundo, los sujetos culturales se conciban cada vez más explícitamente en su discurso con referencia a objetos y prácticas étnicas? ¿Cuáles son, también, las consecuencias de que la transformación de esos objetos y prácticas en mercancías *no* se limite a banalizarlos, a arrebatarles su aura, a enajenar a sus "propietarios" de su esencia ni a anular su capacidad para constituir entidades colectivas y crear un futuro común? ¿Qué podemos decir del hecho de que ese proceso de transformación en mercancía se haya infiltrado en una industria de la identidad en la cual no es fácil distinguir el valor de uso del valor de cambio, lo particular de lo universal, los productores de los consumidores, los seres humanos autóctonos de los turistas? ¿Qué decir, también, del hecho de que las culturas vernáculas adopten cada vez más conceptos como la propiedad privada y la innovación, el copyright y las patentes? ¿Y qué decir, además, de ese otro hecho: que la diferencia –en especial, la diferencia cultural– envuelva en una sombra creciente las identidades cívicas, la ciudadanía universal, la pertenencia nacional? ¿Cabe pensar que, aunque allana el camino de algunas poblaciones a nuevas fuentes de valor, también puede someterlas a nuevas y más tortuosas formas de control e, incluso, de despojo? ¿Se puede afirmar que fenomenológicamente la etnicidad existe hoy en dos registros: como dotación genética *y también* como objeto de autoconstrucción voluntaria; como esencia y como interés; como naturaleza y como elección? La suma de estas vertientes dobles subraya el hecho de que lo étnico es irreductible al cálculo de la pura utilidad o a una política liberal de reconocimiento, por importantes que sean. Lo mismo puede decirse de las inten-

sas pasiones humanas que surgen con frecuencia cuando se afirma o se arrasa una identidad cultural. En la nueva era del capital, las identidades se representan a sí mismas como entes compuestos, con un guión en el medio: son político-económicas y étnico-jurídicas a la vez. Por esa misma razón –en su semiosis, en los sentimientos que suscitan, en su praxis y en su política– las identidades se expresan cada vez con más soltura en el lenguaje de los derechos, de la titularidad, de la propiedad, de lo socialmente aceptable. Y por esa misma razón se las defiende recurriendo a la guerra jurídica.

Proyectemos al sujeto cultural sobre el plano del mercado y la ley, agreguemos la reducción de la cultura a propiedad intelectual ("con un copyright natural") y mezclemos lo obtenido con el corrimiento de la política de la diferencia hacia los dominios de la jurisprudencia: ¿cuál es el resultado? Cerrando el círculo que iniciamos al comienzo, el resultado es la *Etnicidad S.A.*

3
La ascendencia como mercancía, al estilo de los Estados Unidos

Nuestros antepasados vendieron Manhattan
por baratijas. Hoy, con la adquisición del Hard Rock
Cafe, recuperaremos Manhattan hamburguesa
por hamburguesa.

Max Osceola, vicejefe de la tribu seminole,
7 de diciembre de 2006.[1]

En Norteamérica, los arquetipos más difundidos de los etnonegocios se concentran en la floreciente economía de la identidad de los pueblos originarios. Periódicamente, esa idea fija se ve reforzada por historias fabulosas de tribus que se enriquecen gracias al juego. Un ejemplo claro fue la reciente transmisión en horario estelar de miembros de la tribu seminole vestidos con ropas típicas que anunciaban que habían comprado al Rank Group PLC la cadena de hoteles, cafés y casinos Hard Rock por 965 millones de dólares. Otros ejemplos, menos espectaculares pero igualmente claros, son las disputas, transmitidas por los medios masivos de comunicación, por cuestiones tales como el nombre del equipo de fútbol americano Washington Redskins y el de la motocicleta más antigua y famosa de los Estados Unidos, la clásica "Indian".* Pero, como dijimos varias veces, ni la

1 Esa frase se ha citado con frecuencia. Véase una versión tomada de una fuente amerindia, *Indian Country Today* del 19 de diciembre de 2006, en http://www.indiancountrytoday.com/archive/28152539.html, consultada el 9 de julio de 2007. El título de este capítulo es una alusión a una obra espléndidamente iconoclasta *Commodify your dissent* [El disenso como mercancía], constituida por una recopilación de artículos de *The Baffler* (Frank y Weiland, 1997).

* Los nombres significan "Pieles Rojas de Washington" e "India" respectivamente. [N. de las T.]

constitución de los grupos étnicos como empresa ni la transformación de la cultura en mercancía es algo nuevo. Por el contrario, el entretejido de la identidad con el mercado tiene una larga historia. Cattelino (2004: 67; véase más arriba) señala que las prácticas "tradicionales" de los seminole están inextricablemente entrelazadas con el "desarrollo" económico desde principios del siglo XX; más aun, que, en ese caso, la cultura ha sido siempre un componente esencial de la economía y viceversa. No sólo en ese caso. Por todas partes abundan los indicios de que, como reacción a la actividad comercial en el contexto de la colonia, pronto surgieron mercancías con marcas étnicas: el bordado "auténtico" con pelo de alce propio de los "huron" es un producto de la circulación vital de estilos y suvenires entre los indios de los bosques, los colonos y los visitantes de Canadá oriental a mediados del siglo XIX (Phillips, 1999); las danzas de los indios de las llanuras adoptaron su carácter "tradicional" en los espectáculos que representaban el Lejano Oeste y se montaban en los Estados Unidos y Europa a principios del siglo XX (Nicks, 1999); algo similar se puede decir de las "alfombras hopi", cuya procedencia étnica era determinada por mercaderes que comerciaban nuevos tipos de tejidos nacidos de la "[confluencia] en el mercado" de mantas de pueblo, navajo y españolas (Kent, 1976: 90). No obstante, esos procesos eran más que una mera reacción de los pueblos originarios a la economía y la legalidad coloniales. Con frecuencia, los amerindios no tardaban en tomar la iniciativa, a veces en situaciones de apremio económico, para crear fuentes novedosas de valor: los seminole, por ejemplo, abrieron el primero de sus casinos característicos "antes de que se hubiera aprobado ninguna ley en los Estados Unidos para regular la industria del juego entre los amerindios y de que ningún juez hubiera dictado un fallo al respecto" (Cattelino, 2005: 108). Por supuesto que la antropología tuvo su participación en la génesis de las marcas culturales. Al fin y al cabo, su propia marca es *Otras culturas* (Beattie, 1964), una marca que ayudó a convertir a otras culturas en marcas.

Sensu stricto, el reconocimiento *jurídico* explícito de la identidad en términos de personalidad comenzó en los Estados Unidos en 1934 con la Ley Wheeler-Howard, también conocida como Ley de Reorganización India [*Indian Reorganization Act (IRA)*]. Dos artículos de esa ley, el 10 y el 17, se ocupan del tema de la identidad como persona jurídica o ideal. Según el artículo 17, el secretario del Interior* puede

* En los Estados Unidos, el Departamento del Interior es el organismo que administra los recursos naturales del país. [N. de las T.]

> [...] otorgar un *acta de constitución* a una tribu, con la salvedad de que esa acta sólo entrará en vigencia al momento de su ratificación por medio de una elección especial, con el voto mayoritario de los indios adultos que viven en la reserva. El acta puede conferir a la tribu *así constituida como persona jurídica* la facultad de comprar, aceptar en donación o legado, o asumir por cualquier otro medio la titularidad, tenencia, administración, explotación y enajenación de bienes de todo tipo –muebles o inmuebles–, incluso la facultad de adquirir tierras indígenas de uso restringido y la de crear, a modo de contraprestación, derechos sobre el *patrimonio de la entidad*, y demás facultades accesorias para *llevar adelante las actividades de la entidad constituida* que no contraríen la ley. (Las bastardillas son nuestras.)[2]

El objetivo declarado de la ley –o, mejor dicho, su intención, si se toma en cuenta que la precedieron siglos de violaciones, depredación, esclavización y expropiación brutales, y, en contrapunto, luchas por la supervivencia y la soberanía– era hacer retroceder la historia por medios típicamente modernistas: como dice en el preámbulo, "conserva[ndo] y desarrolla[ndo] las tierras y los recursos de los indígenas", otorgando a las tribus, entre otras cosas, "ciertos derechos de autonomía", el "derecho de conformar empresas y otras organizaciones" y, según establece el artículo 16, el derecho de promulgar una "constitución y estatutos apropiados". En suma, el derecho a convertirse en una persona jurídica.

Luego de esta ley, hubo otras, como la Ley de la Comisión de Reivindicaciones Indígenas [*Indian Claims Commission Act*], de 1946 (Rosenthal, 1990). Pero la apoteosis del proceso, del *Geist* que impulsaba la Ley de Reorganización India, se alcanzó con el texto de la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska, aprobada en 1971. Se establecía allí que los pueblos originarios de ese estado se organizarían en doce entidades regionales –a su vez, divididas en entes locales–, cada una de las cuales debería i) "llevar a cabo actividades empresariales con fines de lucro", ii) "conformar un directorio" elegido de acuerdo con su "acta constitutiva"

2 Véanse anotaciones y comentarios sobre la ley, por ejemplo, en Deloria (2002), Taylor (1980) y Cohen (1941), y un extenso estudio de caso acerca de su aplicación en Biolsi (1992). Agradecemos a Susan S. Gooding (véase la sección de agradecimientos) por habernos hecho reparar en los términos de la ley y en esos escritos; también a Brian Daniels, estudiante de doctorado de la Universidad de Pensilvania, por habernos ayudado a comprender mejor la arqueología de la constitución de personas jurídicas o ideales entre los pueblos originarios de los Estados Unidos.

y iii) emitir "cien acciones para cada 'persona nativa'".[3] La cuestión de quién era una 'persona nativa' se definía por el lugar de nacimiento y la genealogía de cada quien.[4] O bien, como decía con tanta precisión la ley, por tener "un cuarto" o más de sangre nativa.[5] Bajo la égida de las empresas, el acuerdo concedía a la población afectada por la Ley de Arbitraje alrededor de una novena parte del territorio de Alaska y 962,5 millones de dólares en efectivo –apenas menos de lo que pagaron los seminole por el imperio Hard Rock treinta y cinco años después– a cambio de que cesara todo nuevo reclamo territorial.[6] Más interesante aun es que convertía el territorio amerindio en propiedad privada, enajenable; es decir, en un bien inmueble. En este último sentido, esa ley difería de la Ley de Reorganización India, que *impedía* específicamente la venta de tierras de las reservas.[7] Al principio, no se emitían acciones para personas nacidas después de 1971. No obstante, una enmienda realizada en 1991 permitió que las personas jurídicas extendieran lo establecido por la ley a fin de agregar "nuevas personas nativas". Los que eligieron hacerlo –no todos– se dispusieron a promulgar normas de devolución para transferir activos a esa gente recién llegada que algún lugareño llamó en broma "los chicos nuevos de la Bolsa".[8]

La Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska también se justificaba con los conocidos argumentos del materialismo

3 Véase la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska [*Alaska Native Claims Settlement Act*], Título 43 del Código de los Estados Unidos, § 1606, Empresas Regionales, Definiciones (d), (f) y (g)(1)(A). En ese capítulo también se establecía la instauración de una decimotercera empresa regional que incluiría a los indígenas no residentes.

4 Véase la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska [*Alaska Native Claims Settlement Act*], Título 43 del Código de los Estados Unidos, § 1604, Acerca de la inscripción (b) (1)–(4).

5 Véase la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska [*Alaska Native Claims Settlement Act*], Título 43 del Código de los Estados Unidos, § 1602, Definiciones (b).

6 Véase también "The Alaska native claims Settlement Act", *Alaska Native Knowledge Network*, Universidad de Alaska, Fairbanks; http://www.ankn.uaf.edu/NPE/ancsa.html, consultada el 15 de diciembre de 2006.

7 La Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska suspendía durante veinte años la venta de acciones emitidas de acuerdo con esa ley a personas que no fueran indígenas, pero, más adelante, las restricciones se volvieron menos estrictas.

8 Caroline Brown (comunicación personal, circa mayo de 2002). Además de las fuentes primarias citadas y de Dombrowski (2001, 2002), este párrafo se apoya en una versión preliminar de la tesis doctoral de Brown (Brown, s/f; véanse los agradecimientos).

liberal-modernista: los accionistas procurarían el desarrollo de la empresa que constituían y su asimilación a la economía en sentido lato porque así obrarían en su propio beneficio y, en consecuencia, se crearían empleos y las comunidades dependerían menos de la asistencia social. Desde luego, algunas empresas de amerindios prosperaron –Sealaska, una empresa regional, es propietaria de las zonas madereras más extensas del sudeste del estado que están en manos privadas– pero, con frecuencia, a costa de los vecinos que tuvieron menos éxito. Los críticos de la ley manifestaron tres objeciones: que había sido ideada sobre todo para evitar nuevos reclamos de "territorio indígena", por mejor fundados que estuvieran (Dombrowski, 2002: 1064); que la privatización alentaría a los dueños de bienes inmuebles "indígenas", en especial a los que pertenecían a poblaciones *in extremis*, a venderlos a cambio de una ganancia a corto plazo; y que lo más probable era que los recursos públicos transferidos a los pueblos originarios terminaran en manos de la industria, pues se sometería a esos pueblos a una presión constante para que vendieran sus activos (1068). Sin duda, la enajenación del territorio de los pueblos originarios mediante tratados y transferencias de tierras, una clase tristemente conocida de guerra jurídica, tiene una historia larga y lamentable en los cuarenta y ocho estados continentales de los Estados Unidos. Castile (1996: 144) se refiere a ese fenómeno, con cierta incomodidad, como "el libre mercado de la etnicidad": señala (citando a Clifton, 1977) que, en los años cincuenta, las "transacciones federales en efectivo" por "transferencias realizadas en respuesta a reclamos indígenas pendientes por pérdida de tierras", hicieron que muchos "salieran del desván étnico para votar a favor de la liquidación de bienes de 'su' tribu y su redistribución".

La citada Ley de Arbitraje era un poco más complicada en cuanto a sus intenciones y a sus efectos. Autorizaba –alentaba, en rigor– a los reclamantes a participar en la economía nacional, pero "*solamente* con el formato de empresa/accionista" (Dombrowski, 2002: 1064; énfasis nuestro). De ese modo, la ley moldeaba la individualidad, la identidad y la reproducción étnicas no tanto en la horma de la tradición histórica como en la de la ley de propiedad, una de cuyas variantes más importantes era la ley de propiedad intelectual.[9] Así, se concedió a las entidades jurídicas indígenas el de-

9 Dombrowski (2002: 1064-1065) señala que la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska abrió nuevas brechas entre quienes poseían acciones y quienes no las tenían, y también entre los miembros residentes y los no residentes de las entidades locales. También había diferencias enormes entre los recursos explotables de las distintas regiones; el autor dice que

recho de registrar marcas para sus productos culturales, estéticos y rituales, una creciente proporción de los cuales se dirigía al mercado: desde 1972, el logotipo del programa Silver Hand se usa como "garantía de autenticidad" de las artesanías vernáculas (Hollowell-Zimmer, 2001). Cualquiera que tenga una cuota de sangre suficiente (una vez más, un cuarto o más de sangre amerindia) puede inscribirse para gozar del derecho a utilizar ese emblema de marca, que da a la etnicidad de los amerindios de Alaska, literalmente, un sello biofísico de reconocimiento. Y que demuestra sin ambigüedades cómo se funden los dos sentidos del constituirse como persona jurídica: uno relativo al cuerpo; el otro, al negocio. Ahora también los espectáculos culturales de los amerindios del sudeste de Alaska dependen del imprimátur de las empresas conformadas en el marco de la Ley de Arbitraje: *Celebration*, un "festival de canciones, bailes, artesanías y revitalización de las lenguas amerindias" que se celebra cada dos años desde 1982, se fue convirtiendo en uno de los rituales más importantes de la región; lo organiza el Sealaska Heritage Institute, que lo describe como una "nueva tradición", instaurada para reemplazar ceremonias vernáculas de los tlingit, haida, tsimshian y otros pueblos, ceremonias que "naufragaron" por el impacto de una "economía monetaria en ascenso".[10] *Celebration* ha suscitado reacciones diametralmente opuestas. Algunos amerindios condenan esas "nuevas tradiciones" y su origen empresario, e intentan activamente socavarlas;[11] en otros, se ha ido generando un apego silencioso a ellas. Sea como sea, esas "nuevas tradiciones" son vehículos mediante los que se han unido las dos caras de la constitución de estas empresas para asumir una carga emocional palpable; a veces vehemente, a veces rutinaria. Al mismo tiempo, han incrementado el peso afectivo de la identificación étnica.

---

a los habitantes de regiones pobres en recursos les molesta el formato empresario del acuerdo y prefieren volver a crear los organismos tribales de gobierno. La controversia en torno a las estipulaciones de la ley sobre "participación en las utilidades" ha derivado en litigios frecuentes; gran parte de las ganancias recogidas por las empresas prósperas ha terminado en manos de abogados que no son amerindios.

10 Véase la página web de Sealaska en http://www.sealaskaheritage.org/celebration/about.htm, consultada el 9 de julio de 2007.

11 Una vez más, Dombrowski (2002: 1069 y ss.; cf. también 2001: 257) proporciona detalles significativos. Señala, por ejemplo, que los conversos a las iglesias Pentecostal y Evangélica –que se propagan por el sudeste de Alaska, en especial entre los sectores marginales de la población– no se limitaron a denunciar esos "pecados" sino que llegaron a prender fuego, entre otras cosas, a los artículos rituales utilizados en las danzas festivas de *Celebration* y de las empresas conformadas en el marco de la Ley de Arbitraje que las propugnan.

También en los cuarenta y ocho estados continentales, como presagiaba la Ley de Reorganización India, la constitución formal de la identidad como persona jurídica precedió a la aparición del capitalismo de casino, si bien de manera muy dispar. Según Paredes (1995: 353-354), las comunidades amerindias del sudeste de los Estados Unidos empezaron a constituirse como organizaciones sin fines de lucro ya en los años cincuenta, y así respaldaron los reclamos de reconocimiento federal –bandera histórica permanente de los pueblos originarios– y sentaron las bases de su posterior surgimiento como "entidades políticas constituidas como sociedades". Lo que, a su vez, parece haber derivado en un proceso de maduración que acabó convirtiéndolas en empresas con fines de lucro "negocios cuasisocialistas de los que todos los miembros [eran] accionistas". En algunos casos, esos accionistas recibían "cheques periódicos por dividendos" gracias a las utilidades originadas por la venta de cultura. Según concluye Paredes (354), en general, esos pueblos tuvieron un "éxito notable" en un amplio espectro de actividades comerciales, desde las manufacturas hasta la hotelería y la agricultura. En el resto de los Estados Unidos, algunos tuvieron mucho menos éxito –como sea que se midan esas cosas, lo que constituye en sí mismo un problema de proporciones–; otros, más. Pero ninguno tuvo tanto "éxito", en líneas generales, como los dueños de empresas de juegos de azar, como el Mohegan Sun de Connecticut, una máquina productora de utilidades que genera mil millones de dólares por año. O el complejo turístico Pequot Foxwood de Mashantucket, también de Connecticut, gigantesco monumento a la etnocomercialización, a la cultura diestramente transformada en mercancía y a la arquitectura del *kitsch* vernáculo; de camino hacia allí, por la autopista interestatal 95, hay establecimientos satélite como la tienda de regalos *Ethnic Concepts* y la cigarrería *Smoke Shop*, y un Museo y Centro de Investigaciones Pequot que vende artesanías y suscripciones al público.[12]

La frase "capitalismo de casino" se ha utilizado para describir las economías neoliberales *tout court* (como en el caso de Strange, 1986). Se refiere a la función cada vez más manifiesta que tiene en esas economías la especulación financiera, práctica que, en sus formas más conocidas y menos respetables, se consideró durante mucho tiempo el lado oscuro y vergonzoso de Mammón, y se asoció durante mucho tiempo con lo que está en las fronteras no reguladas de los negocios, como las operaciones financieras

12 Estuvimos en Mashantucket en septiembre de 2003; estas brevísimas notas datan de esa visita.

en los paraísos fiscales, las reservas indígenas y las zonas de libre comercio, donde los límites de la ley crean zonas de acumulación "irregular" (Comaroff y Comaroff, 2001). En general, se considera que la historia del capitalismo de casino entre los pueblos originarios empezó con los seminole del sur de Florida (véase más arriba). Fueron de los primeros en experimentar con la industria de las apuestas y más tarde hicieron uso de su soberanía para establecer bingos donde se jugaba por mucho dinero, cigarrerías exentas de impuestos y, por último, casinos (Paredes, 1995: 355 y ss.; Kersey, 1992; Cattelino, 2004, 2008), proceso que sufrió las intermitentes interrupciones de órdenes judiciales y administrativas antes y después de la Ley de Regulación de Establecimientos Amerindios de Juego [*Indian Gaming Regulatory Act*] de 1988.[13] Para algunos etnógrafos de la región, es particularmente irónico que los seminole "hayan desempeñado un papel tan decisivo para desatar la fuerza arrolladora de los establecimientos amerindios de juego en los Estados Unidos", pues "durante mucho tiempo se los respetó por aferrarse a las 'costumbres de sus antepasados'" (Paredes, 1995: 355). Para nosotros, la ironía no radica tanto en la revelación de que esos pueblos no veían contradicción alguna entre cultura y capitalismo como en el hecho de que sí la hayan visto tantos antropólogos alguna vez. Y aún la ven. Al fin y al cabo, parece haber sido la iniciativa económica de esos pueblos –en particular, el hecho de que explotaran los beneficios comerciales de su estatus político– lo que les permitió "dejar de estar al borde de la extinción cultural" (357); tal como, en Hainán y Yunán, en la Luisiana cajuna y la

13 Esa ley establece que las tribus que deseen abrir establecimientos de juego deben negociar con el gobierno del estado en cuestión de acuerdo con la normativa vigente. Además, por medio de ella, se creó la Comisión Nacional de Establecimientos Amerindios de Juego [*National Indian Gaming Commission*], que distinguió tres clases de establecimientos: la clase I, que abarca los juegos de azar "sociales" relacionados con actividades ceremoniales, forma parte de la jurisdicción tribal; la clase II, que incluye los juegos en los que compiten distintas personas por un mismo premio (como el bingo y los juegos de naipes), es jurisdicción de los estados, que la reglamentan en conformidad con sus leyes; la clase III, que corresponde a juegos del estilo de Las Vegas (ruleta, máquinas tragamonedas, dados, etc.), en la que los jugadores se enfrentan a una banca, se controla de un modo semejante. Las leyes de los estados son muy variadas: Nevada es sumamente permisiva, mientras que Utah prohíbe cualquier tipo de apuesta. Para administrar un establecimiento de juego de la clase III, se necesita que el estado expida una autorización específica a la autoridad tribal. Esta ley ha sido criticada por muchos motivos, desde la imprecisión con la que fue formulada hasta su violación de la soberanía amerindia (véase abajo; también Mezey, 1996; Harvey, 2000; Darian-Smith, 2002).

Nueva Zelanda maorí, en Bali y Sekhukuneland, el ingreso en el mercado turístico financió *el retorno del indígena* generando *retornos* materiales y sociales jugosos sobre la *identidad indígena*. Más aun, algunos amerindios contemporáneos demuestran su ingenio etnoempresario en la economía en general; las loterías estatales y otros actores del mundo del juego compiten por sus clientes, y ellos se han diversificado con bastante eficacia. Por ejemplo, el grupo Viejas de los kumiai, del que se dice que administra el casino más grande de California, abrió un centro de ventas directas de fábrica de 35 millones de dólares y se convirtió en uno de los accionistas principales del Borrego Springs Bank. Y los choctaw de la reserva Misisipi reinvirtieron las ganancias obtenidas en la industria del juego en nuevas empresas, como una concesionaria de autos y una fábrica de artículos electrónicos (Darian-Smith, 2002: 120; cf. Cattelino, 2008).[14]

Como deja en claro todo esto, y como confirma una retahíla mediática incesante,[15] la economía de la identidad de los pueblos originarios de los Estados Unidos no se reduce a un simple relato narrativo. También produce algunas ironías extraordinarias. Como el hecho de que algunos de los pueblos originarios mejor posicionados para invertir su futuro en el capitalismo de casino, entre los que se destacan los navajo, hace mucho tiempo que se resisten a hacerlo. O, con un cambio completo de tono, el hecho de que, a consecuencia de la compra de la cadena Hard Rock, los seminole sean ahora propietarios de reliquias culturales del pop de los Estados Unidos, objetos que suelen encontrarse más bien en el Instituto Smithsoniano –la guitarra Flying V de Jimi Hendrix, por ejemplo, y un corsé de Madonna– mientras luchan por recuperar sus propios e invaluables objetos heredados, que se hallan dispersos por los museos de todo el país.[16] La historia en desarrollo de esa economía de la identidad, su pasado y su presente en curso, sus ironías, absurdos y tragedias, superan con mucho el ámbito que nos ocupa; en todo caso, hay otros mucho más calificados que nosotros para bucear en esas profundidades. Pero la historia de la economía de la identidad pone

14 Donald L. Bartlett y James B. Steele, "Playing the political slots: How Indian casino interests have learned the art of buying influence in Washington", *Time*, 23 de diciembre de 2002; http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1003911,00.html, consultada el 22 de diciembre de 2006.

15 Por ejemplo, *Time* publicó un informe extenso sobre el tema; véase Donald L. Bartlett y James B. Steele, "Wheel of misfortune: Special report on Indian casinos", 16 de diciembre de 2002, 44-58. En lo sucesivo, nos referiremos a ese informe como "La rueda del infortunio".

16 Adrian Sainz, "Seminole tribe of Fla. buying Hard Rock", *Yahoo! Finance*, 7 de diciembre de 2006.

de manifiesto, sin duda, siete puntos que anticipamos en nuestra reflexión teórica de más arriba, siete temas que se revelarán cruciales a medida que avance nuestro relato, siete dimensiones esenciales de la Etnicidad S.A.

EL ETNOCAPITAL, AL ESTILO DE LOS ESTADOS UNIDOS: SIETE DIMENSIONES DEL NEGOCIO DE LA IDENTIDAD

La *primera* tiene que ver con la inclusión y la exclusión. Cuanto más avanzan las poblaciones definidas étnicamente hacia el modelo de la entidad con fines de lucro, más preocupación, reglamentación y disputas surgen en torno a los requisitos de pertenencia. Y más proclives se vuelven esas condiciones a privilegiar la biología y los derechos heredados, la genética y la consanguinidad, sobre los criterios sociales y culturales de pertenencia.

En el pasado, como señalan Strong y Van Winkle (1996: 555), aunque se le dio prioridad en la legislación estadounidense y se la incorporó en muchas constituciones tribales después de la Ley de Reorganización India, la "cuota de sangre" no fue "nunca el único indicador de la identidad amerindia". El mismo peso tenían "la genealogía, la propiedad privada y la 'competencia para desenvolverse en la civilización'" (en palabras de Biolsi, 1995). Los autores agregan que algunos pueblos originarios, como los lumbee, se negaban de plano a "determinar la identidad tribal por la sangre (Blu, 1980); otros, como los mashpee, hacían hincapié en "la historia en común, los lazos sociales y el apego al [...] terruño" (Clifford, 1988; Campisi, 1991). Pero la sangre no está necesariamente divorciada de esas cosas. Kim TallBear (s/f: 347) observa que, hasta hace poco, para la mayoría de los amerindios, la cuota de sangre indígena era una medida entre los diversos lazos que determinaban el arraigo de una persona a una comunidad natal, dentro de una red de relaciones de parentesco por referencia o apelación. No era un mero vehículo de ascendencia lineal, noción reforzada por la lógica del ADN. Pero parece que las consideraciones que no corresponden a la biogenética están perdiendo importancia relativa, por lo menos cuando se trata de considerar la pertenencia. Según Eve Darian-Smith (2002: 119), la sangre, en el sentido biogenético, ha pasado a primer plano, se ha vuelto "una obsesión", dice la autora, en casi todos los pueblos originarios de los Estados Unidos.[17] Hay

17 Lisa Simeone (comunicación personal, 5 de abril de 2007), una estudiante de la Universidad de Chicago que se relacionó durante mucho tiempo con líderes amerindios mientras trabajaba para el gobierno de los Estados Unidos, recuerda

un conjunto cada vez mayor de pruebas que respaldan esa idea. Ejemplo de ello es el notorio caso –que llegó a la prensa internacional– del grupo Pechanga, que vive en la reserva correspondiente a la misión San Luis Rey, de San Jacinto, California, de cuyo centro turístico con casino se ha dicho que genera 184 millones de dólares por año. En 2003, frente al problema de limitar el acceso a su recién descubierta riqueza, el comité de admisión expulsó a 130 de los 990 miembros, más del 13%, con el argumento genealógico de que no eran "descendientes lineales".[18] Los ancianos del grupo respondieron a la demanda judicial colectiva que se presentó a continuación, en enero de 2004, sosteniendo con éxito –primero ante el tribunal de apelaciones del cuarto distrito y, más tarde, ante la Corte Suprema– que, por la "inmunidad soberana" de la que gozan, no podía impugnarse su decisión invocando la legislación vigente en los Estados Unidos, pues las tribus reconocidas por el gobierno federal, que son 561, tienen facultades para establecer normas formales de admisión, entre ellas, el requisito de "grado de sangre amerindia". En esa argumentación se advierten ciertas huellas de lo que sostiene Agamben (1998): la soberanía radica en el derecho a excluir y en cuestiones de sangre y de muerte cívica.

Esos casos se han convertido en moneda corriente en todos los Estados Unidos. Ya antes de la medida que tomaron los pechanga, en mayo de 2002, cientos de personas eliminadas de diversas nóminas tribales se congregaron en una suerte de ceremonia de reparación –"*A Day of Healing and Empowerment*"–,* con la esperanza de encontrar los medios para detener el aluvión de casos de personas a las que se les niega una identidad étnica por no "cumplir con la cuota de sangre exigida". La Ley de Regulación de

que ellos solían decir en broma que "cuanto más rica es la tribu, más alto es el porcentaje de sangre necesario para demostrar que se pertenece a ella". Se trate o no de una verdad empírica, es muy elocuente que los líderes amerindios lo pensaran.

18 Para nuestro análisis de este caso y otros semejantes, nos basamos en cuatro fuentes: i) Christine Graef, "Disenrollment: 'We're not alone any more'", *News from Indian Country: The Independent Native Journal*, 2002, http://indiancountrynews.info/fullstory.cfm-ID=272.htm, consultada el 1 de diciembre de 2006; ii) Louis Sahagun, "Battle over rights to Casino-Fuelled Gravy Train pits grandparents against kids", *Sunday Independent* (Sudáfrica), 22 de febrero de 2004, 16; iii) Emily Bazar, "Native American? The tribe says no", *USA Today*, 28 de noviembre de 2006, http://www.usatoday.com/news/nation/2006-11-28-tribes-cover_x.htm, consultada el 2 de enero de 2006; y iv) Deirdre Newman, "High Court passes on Pechanga case", *North Country Times*, 23 de mayo de 2006, http://www.pechanga-nsn.gov/page?pageId=431, consultada el 1 de febrero de 2007.

* Literalmente, "Un día de curación y fortalecimiento". [N. de las T.]

Establecimientos Amerindios de Juego de 1988 fue objeto de críticas crecientes en ese aspecto, en especial entre quienes perdieron su pertenencia: los detractores de la norma sostienen que se la promulgó en un clima de privatización frenética y que es sumamente ambigua: tan vaga es la definición de las instituciones que supervisan su aplicación, que algunos amerindios y sus defensores de otros orígenes han podido usarla para amasar fortunas incalculables mientras se deshereda a multitudes, en muchos casos con procedimientos muy cuestionables.[19] De ahí la concisa pregunta de Angela Mullis y David Kampers (2000): *Casinos amerindios: ¿quién gana?* [*Indian gaming: Who wins?*].

Tanto la obsesión con la sangre como los conflictos a los que da lugar son completamente previsibles. El carácter doble que atormenta a la etnicidad –su raíz ontológica en la esencia *y* en la elección a la vez– es insostenible en el contexto de su constitución como persona jurídica, la cual, evidentemente, exige que se tracen límites inequívocos de inclusión y exclusión, que se separe claramente lo que está adentro y lo que queda afuera. No es extraño que crezca con tanta rapidez el comercio de la genómica recreativa, que se revela más que meramente recreativa cuando es mucho lo que está en juego; DNA PRINT GENOMICS, DNA Tribes, Ethnoancestry y demás empresas por el estilo (véase la página 70) aseguran contar con tecnologías que proporcionan pruebas científicas "sólidas" de la identidad, pruebas que sustraen la cuestión de la pertenencia a la esfera de la construcción, el debate o el cuestionamiento. Cosa que esas empresas no pueden hacer, salvo que conviertan en hecho la ficción de que el ser y la sangre coinciden plenamente.

La *segunda* dimensión de la constitución de la identidad como empresa, en cambio, parece ir en contra de la intuición, aunque, una vez más, ese hecho, a esta altura, no debería sorprendernos. Con frecuencia, es el comercio el que produce un grupo étnico y no al revés.

Tomemos el caso del grupo Lytton de indios pomo –pomo de nombre, posmodernos por su situación– que, a principios de la década de 1960, perdió su tierra en el condado de Sonoma cuando el gobierno de los Estados Unidos "dio de baja" a muchas pequeñas comunidades amerindias de acuerdo con la Ley de Rancherías [*Rancheria Act*] de California (1958). A cambio de la disolución de esas comunidades como personas jurídicas,

19 Se calcula que el 13% de los casinos obtiene el 66% de las ganancias totales. Véase, una vez más, "Wheel of misfortune", 46; también John M. Broder y Charlie LeDuff, "California looks to casinos for revenue: New deal with Indian tribes could mean $1.5 billion more a year", *New York Times*, 2 de febrero de 2003, p. 14.

sus habitantes recibieron títulos de propiedad individuales y la promesa (incumplida) de servicios de electricidad, agua, cloacas, caminos y demás "obras de infraestructura".[20] Bajo la presión de la pobreza extrema y de condiciones sociales funestas, liquidaron todos sus terrenos antes de dos años. Los pomo, que alguna vez fueron una gran comunidad compuesta por unos setenta grupos, tienen una historia verdaderamente trágica de despojo asesino –a manos de comerciantes rusos de pieles en el siglo XVIII y de aventureros, milicias, traficantes de tratados, burócratas y demás en los siglos XIX y XX– pero también poseen una historia de lucha por recuperar su territorio por medios políticos y mediante compras, por recobrar su integridad espiritual, social y cultural, por negarse a quedar dispersos en el paisaje californiano, por escapar a la pauperización incesante. El grupo Lytton no fue la excepción. Después de que se "diera de baja" a su comunidad, su menguante población, cada vez más abatida por el alcohol, el abuso de drogas y la indigencia, se dispersó por toda la bahía de San Francisco. Según el relato de su líder, Margie Mejia (véase la nota al pie Nº 20), el grupo "perdió [...] su identidad"; su existencia misma estaba en tela de juicio, a pesar de que algunos de los que aún se identificaban como pomo mantenían contactos entre sí. Sin embargo, más adelante, lo que quedaba del grupo, una población algo espectral, se unió para presentar una acción de clase* que, a fines de la década de 1970, impugnó la aplicación de la Ley de Rancherías de California: en esa época, los pueblos originarios despojados, alentados por una organización sin fines de lucro que ofrece representación legal a personas y tribus amerindias –*California Indian Legal Services*– iban descubriendo las posibilidades de la guerra jurídica insurgente. El resultado fue que en 1991 se restauró el estatus tribal soberano

20 Margie Mejia, jefa del grupo, hizo un relato conmovedor de la historia del grupo Lytton ante el Comité de Asuntos Indios del Senado de los Estados Unidos el 5 de abril de 2005. En nuestro extracto de ese relato, nos basamos en el testimonio de Mejia y en otras varias fuentes, entre ellas tres investigaciones periodísticas: Pia Sarkar, "The urban gamble–Tribal land rush: Native Americans bet future on bay area casinos", *San Francisco Chronicle*, 28 de mayo de 2001, A3; Zachary Coile, "San Pablo Indians, Feinstein strike deal that keeps casino from growing", *San Francisco Chronicle*, 10 de mayo de 2007, B2; y Donald L. Bartlett y James B. Steele, "Who gets the money", *Time*, 8 de diciembre de 2002, http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,397528-5,00.html, consultada el 14 de julio de 2007. Wikipedia también tiene una entrada extensa sobre el grupo Lytton de indios pomo, pero parte de su contenido está cuestionado; véase http://en.wikipedia.org/wiki/Lytton_Band_of_Pomo_Indians, consultada el 3 de julio de 2007.

* Demanda judicial que presentan miembros representativos de un grupo en nombre de todo el grupo. [N. de las T.]

del grupo Lytton. Pero con una condición: *no* se le permitiría crear empresas dedicadas al juego en su territorio patrimonial del valle Alexander; en la región de Sonoma hay ricas bodegas que no quieren tener empresas amerindias demasiado cerca. En la práctica, esa circunstancia impedía el regreso de los Lytton a sus tierras. Según ellos mismos, la *única* fuente potencial de ingresos para los pomo, la única manera de "reconstruir [su] comunidad tribal", era recurrir a la economía del juego, en la que ahora podían entrar en virtud de su nueva situación jurídica.

Lo que vino después fue una historia larga e intrincada que terminó en el permiso que recibió el grupo Lytton, en el marco de una ley federal algo ilegítima,[21] de comprar como "reserva oficial" una propiedad de 3,85 hectáreas con una pequeña casa de juego dentro –que se ha denominado "salón de póquer"– en la ciudad de San Pablo, no muy lejos del centro de San Francisco y del puente Golden Gate. Allí, instigado por inversores privados, un tema al que volveremos enseguida, el grupo abrió un casino. Cabe destacar que esa "reserva" nunca fue pensada como un lugar donde vivir. Es una tenencia puramente comercial, un espacio soberano para recaudar utilidades, que no tiene ninguna vinculación previa con la cultura ni la sociedad amerindias y, como era de esperar, provocó críticas encendidas entre quienes se oponen a que los pueblos originarios abran establecimientos de juego en lugares a los que no los unen lazos históricos.[22] Pero no fue ése el único problema que suscitaría la empresa. También se volvió una fuente de conflicto con el estado de California cuando, un par de años después, el grupo Lytton y sus defensores se propusieron expandir el negocio para convertirlo en un megacomplejo de juego, más grande que el complejo MGM de Las Vegas. El conflicto, que llegó a ventilarse en una audiencia de un comité del Senado,[23] finalmente se resolvió en mayo de

21 La norma se insertó como una enmienda de tres renglones en un proyecto de presupuesto que no tenía relación alguna con ella, votado el último día de sesiones parlamentarias de 2000. Su autor era George Miller, un demócrata en cuyo distrito estaba San Pablo. Véase, por ejemplo, Richard Brenneman, "Governor's San Pablo Casino deal fulfills hopes of GOP operatives", *Berkeley Daily Planet*, 20 de agosto de 2004; http://www.berkeleydailyplanet.com/text/article.cfm?archiveDate=08-20-04&storyID=19452, consultada el 14 de julio de 2007.

22 El opositor más activo fue Harry Reid, senador demócrata por Nevada, que intentó anular la enmienda en la siguiente sesión parlamentaria; véase "Governor's San Pablo Casino deal fulfills hopes of GOP operatives". Se dijo que un diputado republicano de Virginia, Frank Wolf, calificó a la ley como una "vergüenza"; véase "Who gets the money".

23 Véase, por ejemplo, John M. Hubbell, "WASHINGTON–Indian gambling debate comes to Capitol Hill: Lytton Band to make its case for San Pablo slots", *San*

2007 con el acuerdo de que los amerindios mantendrían una actividad comercial más limitada a cambio de su presencia empresaria permanente en San Pablo. Hasta ahora, no hubo más novedades. No obstante, baste decir que el ingreso de estos indios pomo en el mundo del capitalismo de casino ha sido lucrativo. Bajo el mando de la directora ejecutiva Margie Mejia, jefa del grupo, la empresa emplea a unas 520 personas. Aporta sumas de dinero considerables a la ciudad y al estado: San Pablo, por ejemplo, recibió 22,6 millones de dólares en 2003. Por otra parte, los 252 accionistas, los miembros del grupo Lytton, reciben dividendos anuales per cápita, asistencia para vivienda, servicios médicos subsidiados y aportes para la educación de sus hijos. Más aun, una porción del ingreso se ha destinado a la compra de veinte hectáreas en Windsor, en el condado de Sonoma, para "construir una reserva" –es decir, una reserva *residencial*–, donde el grupo pueda por fin hacer realidad su existencia étnica soberana como... pues, como pomo.

Queremos dejar en claro que este caso no tiene nada de excepcional. Un caso bastante más extremo es el del grupo Augustine de la misión Cahuilla. En 1986 o 1987 –las fuentes difieren ligeramente en los detalles– el grupo sufrió la muerte de su última integrante, Roberta Ann Augustine. También en este caso, una prolongada historia de epidemias y etnocidios redujo al grupo a una sombra de lo que había sido; en 1951, tenía apenas once miembros. Según el relato de *Indian Country Today*,[24] algunos años después de la muerte de Augustine, su nieta, Maryann Martin, que se había criado como afroamericana en Los Ángeles y que no tuvo "ningún conocimiento de sus ancestros mientras crecía", se enteró de sus raíces amerindias. No está del todo claro de qué manera llegó a conocerlas. Pero, en la década de 1990, Martin se mudó a la reserva abandonada de Coachella, en el condado de Riverside, en el sur de California. Llevó consigo a sus tres hijos y a los

Francisco Chronicle, 5 de abril de 2005, B1; también la página web de la senadora estadounidense Dianne Feinstein, "Hearing scheduled on hearing Lytton gaming plan" (*sic*), 21 de marzo de 2005 http://feinstein.senate.gov/05releases/r-lytton-hrng.htm, consultada el 20 de diciembre de 2006.

24 James May, "Fight-member Augustine tribe opens casino", 30 de julio de 2002; http://www.indiancountrytoday.com/archive/28217329.html, consultada el 10 de julio de 2007. Véase también "Wheel of misfortune", 46, 58 y *California Indians and Their Reservations*, una página web que mantiene la biblioteca de la Universidad Estatal de San Diego: http://infodome.sdsu.edu/research/guides/calindians/calinddict.shtml (actualizada por última vez el 4 de junio de 2007), consultada el 9 de julio de 2007. Esas fuentes, de las que tomamos todas las citas del párrafo, difieren en los detalles de la historia; a partir de ellas, hemos compuesto lo que parece el relato general más confiable.

cuatro hijos de sus dos hermanos, que habían muerto en tiroteos callejeros algún tiempo atrás. Esa familia extendida de ocho personas, de las que una sola es adulta, "actualmente constituye toda la tribu". Las doscientas hectáreas que le correspondían se habían convertido en un "basural ilegal de residuos domésticos, desperdicios, aparatos, animales muertos, desechos comerciales, baterías de autos y miles de neumáticos".[25] En 1994, con ayuda de organismos del estado y del condado, se inició una limpieza. Poco después, amparándose en la Proposición 1A de California, Martin, como jefa de la tribu, firmó un pacto con el gobernador del estado para construir un casino. La construcción se llevó a cabo en sociedad con Paragon Gaming LLC de Las Vegas, y el casino abrió sus puertas el 18 de julio de 2002,[26] con el apoyo entusiasta de la *California Nations Indian Gaming Association*. Los grupos indígenas de las cercanías se mostraron particularmente satisfechos de que un "pueblo" reducido a apenas un adulto hubiera logrado encontrar medios para sobrevivir. "Ya no veremos desaparecer una tribu más", comentó un líder amerindio del lugar. Todo lo contrario: la inauguración de la casa de juego constituyó, casi explícitamente, un rito de renacimiento, un rito que celebró el poder mutuamente constitutivo del capital financiero, el capital cultural y el capital humano para producir un futuro. En ese proceso, Martin y los niños a su cargo pasaron a constituir un grupo étnico certificado. El suyo es uno de los muchos grupos de California, compuestos por "pequeños grupos familiares extendidos" que viven en las llamadas "rancherías", de unas pocas hectáreas.[27]

Pero tal vez el caso más espectacular de un grupo étnico que se levantó de entre los muertos gracias al soterrado poder del capital para fabricar identidad sea el de los indios me-wuk de la ranchería Buena Vista, en el condado Amador, del norte de California. Al igual que al grupo Lytton de indios pomo, se había "dado de baja" a esa tribu de acuerdo con la Ley de Rancherías de California. Los me-wuk presentaron una demanda colectiva contra la aplicación de la ley a fines de la década de 1970 y, en consecuencia, recuperaron su estatus soberano en febrero de 1985, cuando se los inscribió en el Registro Federal. También ellos, como el grupo Augustine, eran "una nación sin pueblo". Hasta el comienzo del nuevo siglo, cuando dos mujeres

25 *California Indians and Their Reservations*.

26 El Casino Augustine ahora tiene página web: véase http://500nations.com/casinos/caAugustine.asp, consultada el 12 de julio de 2007.

27 Timothy Egan, "Lawsuit in California asks, whose tribe is it, anyway?", *NYTimes.com*, 10 de abril de 2002; http://www.citizensalliance.org/links/pages/news/National%20News/California.htm, consultada el 19 de diciembre de 2006.

recurrieron a la justicia para determinar quién era la única integrante viva del grupo y única heredera de una parcela poco atractiva de 27 hectáreas, con una casa rodante y un cementerio, 56 kilómetros al sudeste de Sacramento.[28] Donna Marie Potts, que vive en la casa rodante, aseguraba haber ingresado en la tribu gracias a que fue adoptada por Louie y Annie Oliver, los últimos me-wuk que habían vivido en esa tierra.[29] Potts también se describió como "sobrina política" de la única descendiente lineal que había sobrevivido a los Oliver, su hija, Lucille Oliver Lucero, a quien había cuidado en su vejez y con quien había "formado un gobierno tribal". Cuando Lucero murió, en 1995, le legó las 27 hectáreas a Potts, que luego obtuvo el reconocimiento del Departamento del Interior como "líder tribal". A partir de ello, Potts firmó un contrato con Cascade Entertainment LLC, empresa con sede en Luisiana, para construir un casino de 150 millones de dólares en el terreno. Tal vez el predio de Buena Vista fuera poco atractivo, pero habría de convertirse en uno de los complejos de juego más grandes de la región, comunicado con Sacramento y la bahía por la autopista 88. El nuevo milenio prometía mucho para Donna Marie Potts y su "pueblo".

Pero el proyecto se interrumpió de repente. En diciembre de 2001, la Oficina de Asuntos Indígenas le concedió a Rhonda L. Morningstar Pope, que hasta entonces trabajaba como contadora en Sacramento, una medida cautelar contra Potts y sus planes. Pope afirmaba que era biznieta de Louie Oliver y que su padre –Jesse Flying Cloud Pope, nieto de Louie–, que había muerto por una herida de bala cuando ella tenía 4 años, había sido sepultado en tierras de la tribu. Decía sentirse indignada por la perspectiva de que se construyera un casino en ese lugar. Le habían robado la nación, la habían despojado de su patrimonio: "Todos los días se nos recuerda el sacrificio que hicieron nuestros antepasados por nosotros". Cuando la Oficina de Asuntos Indígenas falló a su favor, declaró: "Lo que hagamos ahora, como tribu y como familia, será en reconocimiento de nuestro legado".[30] Muy

28 James May, "Dispute arises at Buena Vista Rancheria over legal heir", *Indian Country Today*, 25 de octubre de 2000; http://www.indiancountrytoday.com/archive/28196209.html, consultada el 19 de diciembre de 2006. La página http://www.buenavistatribe.com/tribal_history.htm, consultada el 12 de julio de 2007, ofrece una historia breve y un poco fragmentaria de los me-wuk de Buena Vista.

29 "Lawsuit in California asks, whose tribe is it, anyway?". Véase también Charlie LeDuff, "With riches at stake, two tribes square off", *New York Times*, 2 de febrero de 2002, 14.

30 "Rhonda Morningstar Pope's biography", página web de la tribu me-wuk de Buena Vista: http://www.buenavistatribe.com/rhonda_bio.htm, consultada el 19 de diciembre de 2006.

pronto, una página web recién diseñada informaba que "la tribu" había "celebrado su primer Día de Conmemoración anual en casi treinta años". Pope, decía el artículo, estaba reconstruyendo el gobierno tribal y reviviendo las tradiciones culturales. También había lanzado un "proyecto de restauración y embellecimiento de la reserva", que incluía la reconstrucción de "estructuras históricas". Pero se añadió algo a esas estructuras: un casino. Rhonda Morningstar Pope acababa de derrotar a su rival y ya se había asegurado su propio acuerdo para construir una casa de juego, en este caso con una constructora de paseos comerciales regionales de Nueva York.[31] Así es el capitalismo de casino: la fortuna puede invertirse con una vuelta de la rueda. O con otro giro de los datos genealógicos. En resumen, la página web de la ranchería Buena Vista –vocera, según parece, de la misma Pope– anunciaba que, en sus "esfuerzos por brindar viabilidad y seguridad económicas a las generaciones por venir", los indios me-wuk habían decidido "*proyectar, construir y explotar* un establecimiento turístico y de juego de clase III [el "Flying Cloud"] en el terreno de su reserva" (énfasis nuestro). En rigor, en siete de sus hectáreas. El resto del predio se declararía área de protección de "recursos arqueológicos tribales" y "biológicos".[32] Así es que, en algunas circunstancias, la etnicidad nace directamente de los negocios; de la identidad cultural, del comercio; de la comunidad imaginada, de la constitución de la comunidad como empresa. Así se recuerda a los antepasados olvidados. Así, una vez más, se pone en marcha la dialéctica del capitalismo y la cultura. Y no sólo en las pequeñas rancherías californianas.

La frase "*proyectar, construir y explotar*" plantea –y vela– cuestiones críticas en cuanto al agente de esos actos: *quién* es, precisamente, el que inicia el proceso de transformación en mercancía y de constitución en persona jurídica, proceso que es el corazón del negocio de la identidad. De ese modo, introduce la *tercera* dimensión de los casos de los Estados Unidos. Y de la Etnicidad S.A., sui géneris. En muchas instancias, tal vez en la mayoría, se puso en marcha la conformación de una etnoeconomía empresarial con capital de riesgo provisto desde fuera. Es evidente que la diferencia puede generar ganancias de muchas maneras distintas. Pero quienes encarnan su esencia suelen estar demasiado marginados para controlar su valor potencial de mercado. En cambio, los inversores "extranjeros" suelen estar en una posición extremadamente ventajosa, lo que recuerda al libre

31 Véase Michael Fitzgerald, "Casino's hose aimed at Stockton", *Recordnet.com*, 26 de octubre de 2005. http://www.recordnet.com/apps/pbcs.dll/article?AID=/20051026/OPED0301/510260333/-, consultada el 19 de diciembre de 2006.

32 "Rhonda Morningstar Pope's biography".

accionar de los corsarios en el comercio colonial. Para no mencionar su turbiedad moral. Por ejemplo, en su "Informe especial sobre casinos indios", *Time* señalaba que las celebradas fortunas cosechadas por algunos empresarios amerindios empalidecen si se las compara con el botín acumulado por los patrocinadores no indígenas que financian los palacios de juego desde "bambalinas". Además estimaba que, en 2001, si las ganancias totales de esa "industria" a nivel nacional hubieran correspondido a la facturación de una sola empresa, ésta habría figurado entre las veinte compañías más rentables de los Estados Unidos según la revista *Fortune*, por encima de J. P. Morgan y de Merrill Lynch.[33] Algunos funcionarios de establecimientos amerindios de juego se indignaron por la publicación de esa información y acusaron a los periodistas de *Time* de malinterpretar la soberanía de los pueblos originarios. También insistieron en que "pocos prestamistas están dispuestos a tocar nada que esté en territorio indígena".[34] No hay duda de que esa situación había sido cierta en el pasado: los bancos y otros acreedores eran reacios a "invertir en tierras de reservas amerindias" (Cattelino, 2005: 188). En general, tal vez sigan siéndolo. Pero la industria del juego es otra cosa, completamente distinta. De ahí las compañías del estilo de Paragon Gaming LLC, los "socios" que les presentaron el capitalismo de casino al grupo Augustine de la misión Cahuilla y que se muestran como una empresa virtuosa que se especializa en asociarse "con grupos de aborígenes originarios de los Estados Unidos y Canadá" para crear y gestionar "propiedades dedicadas al juego".[35] Lo mismo se puede decir de Cascade Entertainment LLC, la empresa que empezó a construir el complejo me-wuk antes de la intervención de Rhonda Morningstar Pope. O de muchas otras. Dados el *ethos* de privatización que predomina en los Estados Unidos, la creciente aceptación de la diferencia como un derecho a la autodeterminación y la percepción común de que las actividades que se llevan a cabo en las reservas gozan de "muy poco control [regulador]",[36] el capital tiene excelentes motivos para adentrarse en territorio amerindio.

Así, entran en escena los proverbiales prestamistas.

33 "Wheel of misfortune", pp. 46-47.

34 David Melmer, "'*Time* marches on Indian Country", *American Indian Nations*, 13 de diciembre de 2002. Algunos críticos acusaron a Donald Barlett y James B. Steele, los autores del artículo, de encabezar un ataque feroz contra "los amerindios". Otros, sin embargo, consideraron que el texto demostraba "idoneidad".

35 Véase su página web, http://www.paragongaming.com/about.html, consultada el 12 de julio de 2007.

36 Véase Brian Hickey, "High-stakes politics", *Philadelphia Weekly Online*, 21 de marzo de 2001.

La mayoría de los capitalistas de riesgo de la economía de la identidad amerindia son empresas con presencia en todo el mundo que ya tienen experiencia en explotar industrias paria en fronteras desreguladas con matices étnicos. Algunos de ellos también gozan, en tanto "otros", de reducciones tributarias drásticas en los Estados Unidos. Unos cuantos son "padrinos financieros" extranjeros. Uno de ellos, el empresario chino-malasio Lim Goh Tong,[37] que amasó una fortuna incalculable manejando el único casino de su país predominantemente islámico, está considerado como el individuo que más ha ganado con los casinos amerindios. Lim financió Foxwoods, el complejo de juego más grande de los Estados Unidos y, presuntamente, se aseguró el 10% de sus ingresos netos hasta 2018.[38] Otro, Sol Kerzner, es famoso en Sudáfrica por haberse enriquecido con casinos extravagantes construidos en los hambreados basurales étnicos, también conocidos como "bantustanes", de la era del apartheid; en esa época, ésos eran los únicos lugares donde estaban permitidas las apuestas, el sexo interracial y la pornografía suave, en un mar de devoción calvinista. Sus sospechosos negocios le exigieron a Kerzner que trasladara al exterior su base de operaciones cuando estalló la burbuja del apartheid. Pero el empresario siguió obteniendo abundantes ganancias en lugares como Marruecos y las Bahamas, y pudo aprovechar la prosperidad de los establecimientos amerindios de juego, incrementada por la política económica de Reagan. Cuando la Oficina de Asuntos Indígenas otorgó reconocimiento federal a los mohegan en 1994, él y varios asociados llegaron a un acuerdo mítico con los representantes de la tribu y la Comisión Nacional de Juego Indio: construirían y gestionarían un casino grande y vistoso, el Mohegan Sun, en un "lugar ancestral" estratégicamente ubicado de Connecticut. ¿Cuál fue su comisión? Para empezar, un abrumador 40% de los ingresos netos. El resto es historia. O, como opinan muchos críticos del negocio del juego en los Estados Unidos, usura.

También hay promotores muy importantes de los casinos amerindios que son de cosecha nacional. Como Lyle Berman, otrora comerciante de marroquinería, jugador extraordinario y miembro del Salón de la Fama del Póquer, cuya compañía Grand Casinos se fusionó con el grupo Hilton hace algún tiempo para conformar la empresa de juego más grande del

37 Según se informó, el octogenario Lim entregó sus negocios financieros a su hijo, Tan Sri Lim Kok Thay, en 2005. Véase "Lim Goh Tong"; http://en.wikipedia.org/wiki/Lim_Goh_Tong, consultada el 19 de diciembre de 2006.

38 "Wheel of misfortune", 52 y ss. El siguiente material sobre Sol Kerzner fue extraído de la misma fuente.

mundo. De él se dice que se aseguró ganancias tan enormes como las de Lim y Kerzner, provenientes de casinos amerindios bien ubicados en el centro de los Estados Unidos y en California.[39] Quizá aun más notable sea Samuel P. Katz, financista del deporte y tres veces candidato a alcalde de Filadelfia, que abrazó la causa del grupo Lytton cuando sus miembros decidieron abrir un casino en California. Según dicen algunos,[40] fue Sam Katz –mejor dicho, Sonoma Entertainment Partners SRL, con el respaldo de veinte inversores y un miembro de la "camarilla de influencia de los casinos tribales"– quien encontró el predio de San Pablo, se lo compró a Ladbroke USA (una rama del grupo Hilton con sede en Pensilvania), ayudó a ejercer la presión política necesaria para que se otorgara reconocimiento oficial a la reserva amerindia dedicada a la industria del juego y luchó activamente contra los obstáculos legales que debió enfrentar el emprendimiento. Su propia inversión financiera –o, si se prefiere, su apuesta en un juego sumamente especulativo– se ha estimado en 88 millones de dólares. Se ha llamado a Katz el "ángel guardián" del grupo Lytton. Es cierto que, en ocasiones, ha jugado a ser Dios con el destino del grupo. Afirma haber solventado su existencia; haber pagado todos los gastos administrativos que implicó el proceso de adquirir el terreno; los obligatorios estudios ambientales, arqueológicos, históricos y de tránsito; los alquileres de propiedades y equipos; las "actividades de relaciones públicas" y las costas del grupo; haber pagado también el "personal del gobierno tribal", y los "miembros de la camarilla de influencia, consultores y asesores", que, según parece, no eran pocos. Una versión dice incluso que Katz compró los terrenos para la "reserva residencial" del condado de Sonoma, que habría de ser la Tierra Prometida de los pomo. Sin embargo, no está clara la procedencia ni la veracidad de ese mito mosaico.[41]

Para los inversores, traficantes de influencias, consultores y asesores no indígenas, las tribus amerindias reales o virtuales tienen, en potencia, franquicias para hacer grandes negocios. Los tejemanejes de algunos de ellos quedaron en primer plano en un tribunal federal de Washington DC, en

39 Véase "Lyle Berman: There is a ramification for every decision", *Launch Poker*; http://www.launchpoker.com/players/poker_players/-lyle-berman-/, consultada el 19 de diciembre de 2006.

40 Hay literalmente miles de relatos sobre Sam Katz y el casino del grupo Lytton. Algunos de los que nos resultaron más útiles son "High-stakes politics", "Governor's San Pablo Casino deal fulfills hopes of GOP operatives", "Who gets the money" y "The urban gamble".

41 Véase "Who gets the money". Todos los pasajes citados en este párrafo provienen de la misma fuente.

2006, con el juicio a Jack Abramoff, una figura destacada en ese mundo estigio.[42] Sin duda, la extraña combinación de desregulación y dependencia que se produce al otorgar soberanía tribal a pueblos históricamente postergados –en una era en la que el bienestar y el "desarrollo" se confían al mercado– crea condiciones especialmente propicias para el etnocapital;[43] es decir, condiciones en las que el capital y la identidad étnica se coproducen mutuamente y generan nuevos tipos y fuentes de valor. Pero hay una cláusula especial: el capital de riesgo puede prosperar ligándose a negocios que se realizan en la zona de la diferencia étnica. En cambio, los negocios étnicos, para poder demostrar su buena fe, deben guardar distancia y distinguirse del capitalismo de riesgo. ¿Por qué? Porque una empresa amerindia que triunfa en la refriega competitiva de los mercados globales y que lo hace *sin* el sello de la otredad se expone a la imputación de que no necesita –ni justifica– la inmunidad soberana, la protección ni ningún privilegio (cf. Spilde, 1999; Darian-Smith, 2002:125). Por eso, como observó Eve Darian-Smith (2002: 124), muchos amerindios –aunque no todos–[44] hacen grandes esfuerzos por sostener la impresión de que habitan "jurisdicciones locales" basadas en "leyes que no pueden aplicarse fuera [...] de reservas tribales con especificidad cultural"; o, en términos más simples, de que su universo, y el comercio que tiene lugar en él, dependen de su diferencia soberana. Por eso también generan tanto malestar y tanta controversia los casos como los del grupo Lytton, que aún no tiene un verdadero hogar propio ni un territorio que se reconozca históricamente suyo,

42 Véase, por ejemplo, Suzanne Malveaux *et al.*, "Lobbyist admits to kickbacks, fraud: Abramoff agrees to cooperate in Washington corruption probe", *CNN.com*, 3 de enero de 2006; http://edition.cnn.com/2006/POLITICS/01/03/abramoff.plea/index.html, consultada el 19 de diciembre de 2006.

43 Empleamos este término de manera paralela al concepto de "biocapital", formulado por Kaushik Sunder Rajan (2005), según el cual el capital y las formas de vida biofísica pasan a coproducirse mutuamente en nuevos tipos compuestos de valor.

44 El grupo Lytton, obviamente, no entra en esta generalización. Tampoco la tribu wyandotte, que, con el respaldo de su propio financista no amerindio, obtuvo autorización de la Oficina de Asuntos Indígenas para construir un casino en su territorio del centro de la ciudad de Kansas, frente a la municipalidad. Un grupo de funcionarios de Kansas impugnó con éxito la apertura del casino en un tribunal del estado. Pero el tribunal de apelaciones de la 10ª circunscripción de los Estados Unidos revocó la decisión fundándose en dos argumentos; uno de ellos, que se había infringido la soberanía reconocida de los wyandotte; véase Megan McCloskey, "Appeals court rules in favor of Wyandotte casino", *Indian Country Today*, 20 de abril de 2006; http://www.indiancountrytoday.com/archive/28166949.html, consultada el 20 de diciembre de 2006.

sino apenas la desasosegada soberanía con hambre de lucro de la máquina tragamonedas del centro de la ciudad.

Como sugiere lo anterior, en *cuarto* lugar, la etnoempresa siempre es sancionada por la diferencia cultural. Pero puede no surgir del *contenido* de esa diferencia ni tener mucho que ver con él. De los pueblos originarios soberanos que mencionamos hasta ahora, a varios les queda poco que los vincule con el mundo de signos y prácticas que alguna vez constituyeron la esencia de su condición amerindia; recordemos que Maryann Martin, último rastro humano del grupo Augustine de la misión Cahuilla, fue criada como afroamericana y no tenía conocimiento de sus raíces amerindias antes de volver a su "hogar". Sin embargo, en camino ya hacia la constitución de personas jurídicas, la mayoría de esos grupos étnicos empezó a afirmar –a redescubrir, de ser necesario– sus "tradiciones"; al fin y al cabo, desde dentro, como dio a entender Deloria (1979: 27), la soberanía misma podría llegar a definirse "en última instancia, como una cuestión de [...] integridad cultural". Por ejemplo, los me-wuk de Buena Vista crearon ceremonias anuales para volver a practicar las costumbres de sus antepasados, costumbres que habían perdido por las exigencias de su historia reciente. Entre esas ceremonias hay una bendición de la tierra, un día de conmemoración y un festival de otoño cuya sustancia, en gran medida, se está formando de nuevo.[45] Algunas veces, como vimos en el caso del festival *Celebration*, de los amerindios de Alaska, la recuperación de la vida cultural ocurre concretamente bajo la supervisión directa de una empresa. Fue a instancias de Sealaska que los ritos de los tlingit, los haida y los tsimshian se "reemplazaron" por el recién creado festival. Y fue con el logotipo registrado del programa Silver Hand que se fabricaron y comercializaron muchos objetos amerindios una vez que se aprobó la Ley de Arbitraje de las Reclamaciones de los Indígenas de Alaska.

Es considerablemente variable el grado en que los autores de esos procesos de producción cultural se apoyan en las prácticas ("tradicionales") que suponen recuperar; es decir, en el contenido de la diferencia que alegan para justificar su soberanía. Algunos tienen la impresión clara de que están reviviendo un repertorio conocido, aunque latente, de métodos y recursos. De *Celebration*, por ejemplo, se dice explícitamente que combina elementos conocidos derivados de las culturas que desplazó. Otros se ven obligados a aguzar la inventiva, pues tienen muy escasos materiales vernáculos

45 Véase http://www.buenavistatribe.com/tribal_events.htm, consultada el 15 de julio de 2007.

con los que trabajar. Otros siguen a pueblos vecinos y afines, y fabrican centones para el presente con objetos del pasado dispersos en el espacio; algunos se embarcan en una búsqueda decidida de lo que creen haber perdido a manos de la historia. Por ejemplo, se dice que el grupo Augustine, la familia extendida de Maryann Martin, construyó un museo en Palm Springs específicamente para albergar el patrimonio que se propone recuperar, comprándolo (Darian-Smith, 2002: 119). De un modo similar, aunque a una escala mucho mayor, el innovador Museo y Centro de Investigaciones Pequot de Mashantucket ha reunido una gran variedad de exposiciones y contiene una espaciosa biblioteca con archivos, colecciones especiales y materiales lingüísticos. Se trata de la colección más grande de material amerindio de ese tipo en el mundo y actualmente lleva adelante un ambicioso programa educativo que trata a la "cultura" como una esfera separada de la vida cotidiana y, simultáneamente, como un recurso que debe rescatarse, sistematizarse, difundirse (cf. Cattelino, 2008). Se trata de una "cultura" completamente reconocible para la sensibilidad modernista, una cultura legitimada por instituciones que la acreditan, como la Fundación Nacional de las Ciencias, una cultura accesible también comercialmente tanto para amerindios como para forasteros. Si bien el complejo Foxwoods mantiene el centro, éste también cuenta con el apoyo de la Fundación Nacional de las Ciencias. El sitio web publicita programas especiales, conferencias y libros –como *Narrative of the life and adventures of Paul Cuffee, A Pequot Indian* [*Relato de la vida y las aventuras de Paul Cuffee, un indio pequot*]– en venta en el *almacén de ramos generales.* Y "cenas de gala gourmet" servidas "al estilo autóctono" en una terraza, cerca de "una aldea india reconstruida, del siglo XVI".[46]

La recuperación de la "tradición" bajo los efectos de la etnicidad-empresa, la Etnicidad S.A., puede tener el efecto de reificar la "cultura" como una cosa en sí misma. En consecuencia, sus productos y prácticas, plasmados como propiedad intelectual, pueden orientarse más o menos al mercado. Pero, invariablemente, el proceso también afecta el proceder cotidiano: las maneras menos objetificadas y comentadas de hacer las cosas –aun cosas instrumentales, burocráticas y comerciales– que forman parte "densa" o "chirle" de las convenciones, estilos y valores locales. Es el caso de la cultura de las "catraminas de las reservas" amerindias (Cattelino, 2008),[47] que fusiona el pragmatismo de la pobreza, la ecología del movi-

46 Véase http://www.pequotmuseum.org, consultada el 20 de diciembre de 2006.

47 El *Urban Dictionary*, un diccionario de *slang* accesible por Internet, define esas catraminas [*rez-car*] de este modo: "auto de las reservas indígenas [auto de

miento y la autorrepresentación paródica en una semiosis decididamente material. O las treinta maneras de "ser amerindio" listadas en línea, en el *Meswaki Nation Times* del 9 de marzo de 2007,[48] que incluyen cosas tan corrientes como: "amar el pan frito y la sopa"; estar "arruinado todo el año por intentar participar en todos los *powwow*, reuniones y ceremonias"; saber "cómo trocar o comerciar cosas que uno necesita y cosas que uno no necesita"; cantar "49 canciones usando un cubo de basura como tambor"; celebrar "la caza del búfalo, la madurez del maíz, las festividades amerindias o la estación del año"; oír "constantemente la pregunta de si uno sigue viviendo en toldos y montando a caballo"; "perder el empleo cuando se termina el subsidio" e ir a conferencias "para [intentar] trabajar en un nuevo programa de subsidios"; dar de comer "lo que haya en casa a quien sea que llegue hambriento"; leer acerca de "los antepasados y parientes en un artículo escrito por un antropólogo" y –algo para destacar en el contexto de nuestra exposición– "querer hacerse amigo de un amerindio que cobre dividendos de California", como los pomo del grupo Lytton, que reciben un pago anual per cápita. Si el penúltimo punto implica una distancia irónica con respecto a una generación anterior de antropólogos, esta última perla de cultura cotidiana –cultura moldeada por los efectos de la constitución como persona jurídica– cierra nuestro propio círculo hermenéutico. También pone de relieve el hecho de que una buena cantidad de tribus amerindias *no* se han beneficiado con la economía de la identidad: de las que se propusieron ingresar en el mundo del capitalismo de casino, muchas, por uno u otro motivo, fracasaron.

La *quinta* dimensión de la Etnicidad S.A. está relacionada con la dialéctica de la autodeterminación. Los amerindios no sólo han procurado con vehemencia que se reconociera oficialmente su soberanía sino que, una vez alcanzado el objetivo, con frecuencia han afirmado esa soberanía *en contra* del Estado. Esa actitud no tiene nada de novedoso: el reclamo de autonomía soberana por parte de las tribus amerindias como retórica de negación en el trato con el gobierno de los Estados Unidos está profundamente enraizado en la arqueología de la política racial moderna del país.

---

porquería]: auto que se pone en marcha con un destornillador; que tiene una o más ventanillas tapadas con plástico; que carece de espejos o los lleva pegados con cinta adhesiva; que tiene las luces de freno cubiertas con cinta adhesiva roja, un trapo como tapón de combustible y cuatro neumáticos gastados. Auto que vio días mejores"; véase http://www.urbandictionary.com/define.php?term'Rez+car+%5Bpiece+of+shit+car%5D, consultada el 15 de julio de 2007.

48 Véase *Meskwaki Nation Times*, 4(5):10, 9 de marzo de 2007.

Y se enfrenta con el ideal liberal de una nación estadounidense fundada constitucionalmente en una ciudadanía igualitaria, horizontal, regida por una ley única (cf. Aleinikoff, 2002; cf. Smith, 1997). Pero últimamente el reclamo ha cobrado nuevas resonancias, mediado por las exigencias del mercado, que complican las relaciones entre las dimensiones económica, política y jurídica del estatus de los amerindios (cf. Kamper, 2000; Cattelino, 2005: 196). Para ellos, no es que la identidad constituida como persona jurídica simplemente derive de sus derechos "especiales" como pueblos originarios ni que sea sólo una expresión de ellos. Ni que derive de una política cortés de reconocimiento multicultural.[49] Es la sustancia misma de su soberanía, su derecho *positivo* de excluir, eximir y autodeterminarse en su aspecto material. Así, cuando Navajo Agricultural Products Industries se propuso vender sus alimentos de marca a Cuba –entre otros productos, el maíz Navajo Pride, "base de la cultura navajo", que, cabe destacar, se cultiva a partir de semillas híbridas modificadas genéticamente que ofrecen Monsanto y otras empresas–, se acordó que el trato se haría como un "acuerdo comercial binacional" con la firma de la "nación soberana navajo". Poco después del anuncio, Joe Shirley, su presidente, describió el pacto como "un paso adelante para la soberanía navajo".[50] Históricamente, no ha sido fácil para los amerindios efectivizar esa soberanía; los lumbee, novena tribu del país por su tamaño, *todavía* no es plenamente reconocida, después de un siglo de arduos esfuerzos (Sider, 2003).[51] Es cierto que la

49 Le debemos el desarrollo de este punto a un intercambio con nuestra colega Jessica Cattelino, cuyo muy original trabajo sobre el tema se cita más arriba. Dice Cattelino (en comunicación personal): "el debate público pasa por alto las dimensiones de soberanía de la empresa amerindia, de la que se piensa que nace de 'derechos especiales' más que de la soberanía. La combinación de indigeneidad y etnicidad ha [...] atrap[ado] a los amerindios entre los discursos y las políticas del multiculturalismo y los de los derechos fundamentados en la soberanía".

50 La mejor reseña de ese acuerdo, desde la perspectiva navajo, es el de Brenda Norrell, "Navajo Nation, Cuba negotiate trade agreement", *Indian Country Today*, 31 de agosto de 2006; http://www.indiancountrytoday.com/archive/28155499.html, consultada el 17 de julio de 2007. Todas las citas están tomadas de ese artículo.

51 En junio de 2007, la Cámara de Diputados de los Estados Unidos aprobó la Ley de Reconocimiento de los Lumbee [*Lumbee Recognition Act*] a pesar de la antigua oposición de los cherokee y los tuscarora; los primeros, según parece, porque, como tribu dueña de un casino, temían que les hicieran competencia; los segundos, porque acusaban a los lumbee de no ser "verdaderos" amerindios y de haberles robado su patrimonio en pos de conseguir la soberanía y sus beneficios. Sin embargo, hasta el momento de la redacción de este libro, el

acreditación federal parece haberse vuelto cada vez más fácil de obtener desde la década de 1960 (Castile, 1996: 745-746) –de ahí la aprobación de la Ley de Autodeterminación Indígena en 1975– pero eso no resuelve todos los problemas. Las cuestiones de *qué pueblos*, precisamente, deben obtener la "inscripción" oficial como soberano y cuáles son los límites precisos de esa soberanía se han puesto en tela de juicio sin cesar, no obstante un Código de Reglamentos Federales (1992) con que se pretendía dirimirlas. Además, como mostraron Cattelino (2008) y otros (cf. Coffey y Tsosie, 2001), los amerindios redefinieron activamente el significado de su condición jurídica ("semiautónoma") a su propia imagen ("soberana"): en términos *poli*culturales que con frecuencia cuestionan la jurisdicción del Estado federal, sus medios de gobierno y sus normas relacionadas con los "asuntos amerindios". Y lo hicieron de maneras que, en algunos casos, terminaron profundizando la diferenciación social y la desigualdad entre los mismos amerindios (véase, por ejemplo, Sider, 2003).

En esas circunstancias, y puesto que el capitalismo de casino hace que sea mucho más lo que se pone en juego con los derechos de los amerindios, parece inevitable que la política de las relaciones "de gobierno a gobierno" –atizadas por las camarillas de influencia, los procesos judiciales, el apadrinamiento, el clientelismo político– se vuelvan cada vez más tensas. Más aún porque, para muchos estados escasos de fondos, las casas amerindias de juego aparecen como una potencial panacea. Pero no es una solución sencilla, pues las ganancias de las tribus soberanas no pueden gravarse directamente; en eso radica su inmunidad. En consecuencia, algunos gobernadores como los de Nueva York, Connecticut y California, que hace tiempo "miran con codicia" ese "manantial de ingresos", han negociado lo que llaman acuerdos –recordemos el del grupo Lytton– con exigentes líderes amerindios, sus financistas y sus abogados. A cambio de una parte de las ganancias –cuanto mayor, mejor–, las legislaturas de los estados agilizan las transacciones de terrenos y redactan los códigos, condiciones y contratos necesarios para que funcionen los casinos.[52]

Senado aún debía votar el proyecto, que *excluye* específicamente la posibilidad de que los lumbee construyan un casino.

52 Como gobernadores de California, Gray Davis y Arnold Schwarzenegger procuraron renegociar el acuerdo firmado por primera vez en 1999 entre el estado y las tribus amerindias que gestionaban casas de juego; ese acuerdo les otorgaba una proporción más baja de los ingresos provenientes de los casinos que la acordada con Nueva York y Connecticut. En 2005, Schwarzenegger anunció acuerdos nuevos con cinco de las tribus principales dedicadas a ese ramo. Los nuevos convenios preveían más ingresos para el estado y prometían

En ese contexto se formularon las recientes afirmaciones de autonomía soberana amerindia contra el gobierno. Por ejemplo, hace algunos años, los mohawk de la reserva St. Regis entraron en conflicto con el estado de Nueva York cuando el gobernador insistió en que fuera su gobierno el que otorgara las licencias para los mayoristas amerindios de cigarros. Las autoridades amerindias se negaron, alegando su derecho de exención de impuestos. Los mohawk, como otras tribus de la costa este –los shinnecock, entre otros, para quienes "la venta de cigarrillos exentos de impuestos [es] el motor económico" de la comunidad, y cuyas actividades también cayeron bajo la mirada escrutadora del Estado–[53] fabrican sus propios productos de tabaco. En una clara manifestación del nuevo espíritu de etnoempresa, estaban decididos a proteger su mercado. Cabe señalar que, en ese caso, como en otros similares, se llegó a un acuerdo, en parte, porque la disputa se había convertido en un obstáculo para dirimir un reclamo territorial cuya resolución era necesaria para abrir un casino en las montañas Catskill.[54]

Mucho más conflictiva, mucho menos conciliadora, ha sido la intrusión de la soberanía amerindia en el mercado de influencias políticas. El juicio a Jack Abramoff, que mencionamos antes, también reveló que algunos grupos amerindios invierten hoy mucho en camarillas de influencia vinculadas al Congreso y en aportes a las campañas electorales de legisladores federales. Pero es en el ámbito local de los estados donde los esfuerzos por incrementar su poder por medios financieros han sido más abiertamente reivindicados y resistidos. Si bien los amerindios están sujetos a normas que limitan las donaciones individuales, las tribus soberanas pueden donar

instaurar reglamentos ambientales, laborales y de construcción; allí también las tribus aceptaron atenerse a un arbitraje vinculante en ciertos tipos de disputas con los gobiernos locales y los clientes. A cambio, las tribus mantuvieron el monopolio de los casinos en el estado y consiguieron autorización para superar los límites impuestos con anterioridad a la cantidad de máquinas tragamonedas por establecimiento. Véase "Indian gaming in California", Instituto de Estudios Gubernamentales, Universidad de California, primavera de 2005, http://www.igs.berkeley.edu/library/research/quickhelp/pohcy/government/indian_gaming.html, consultada el 26 de diciembre de 2006; "California looks to casinos for revenue", 14; Daniel B. Wood, "California controversy: Gold rush into casinos", *Christian Science Monitor*, 31 de agosto de 2004, http://www.csmonitor.com/2004/0831/p02s01-usgn.htm, consultada el 22 de diciembre de 2006.

53 Véase Corey Kilgannon, "Son of tribal leader held in drug raid in the Hamptons", *New York Times*, 20 de abril de 2007, B6. Según parece, los shinnecocks iniciaron procedimientos legales para abrir un casino en los Hamptons.

54 James C. McKinley Jr., "End to state and tribe dispute removes obstacle to casino", *New York Times*, 10 de mayo de 2003, A16.

sin restricciones. Y así lo hacen: se dice que actualmente los pueblos originarios son los mayores donantes de "categoría especial" del ámbito político.[55] También se han negado sistemáticamente a hacer públicas sus donaciones alegando que están exentos de hacerlo por la ley.[56] El problema es el siguiente: ese argumento, que les hace el juego a las inquietudes que provoca en todo el país el tráfico de influencias políticas, ha provocado reacciones fuertes. En 2006, el Comité de Asuntos Indios del Senado, presidido por John McCain, celebró audiencias en las que se trató el estatus legal de los aportes de las tribus amerindias según la Ley Federal de Campañas Electorales,[57] con miras a instaurar normas nuevas. Ya antes, en 2002, la Comisión de Prácticas Políticas Imparciales de California [*Fair Political Practices Commission*] había iniciado acciones contra el grupo Agua Caliente de indios cahuilla por no haber declarado donaciones por más de ocho millones de dólares realizadas durante los últimos cuatro años.[58] Cuando la comisión propuso un acuerdo, el grupo Agua Caliente se negó a negociar, proclamando su exención de todas las leyes relativas al financiamiento de campañas electorales. La comisión respondió entablando una demanda.[59] Solicitó una medida cautelar y sanciones administrativas por la presunta violación de la Ley de Reforma Política por parte del grupo; esa ley, que rige las elecciones municipales y estaduales, les exigía notificar las cuantiosas sumas que donaban para campañas políticas y declarar otro tipo de participación en camarillas de influencia.[60]

55 Véase "Playing the political slots".

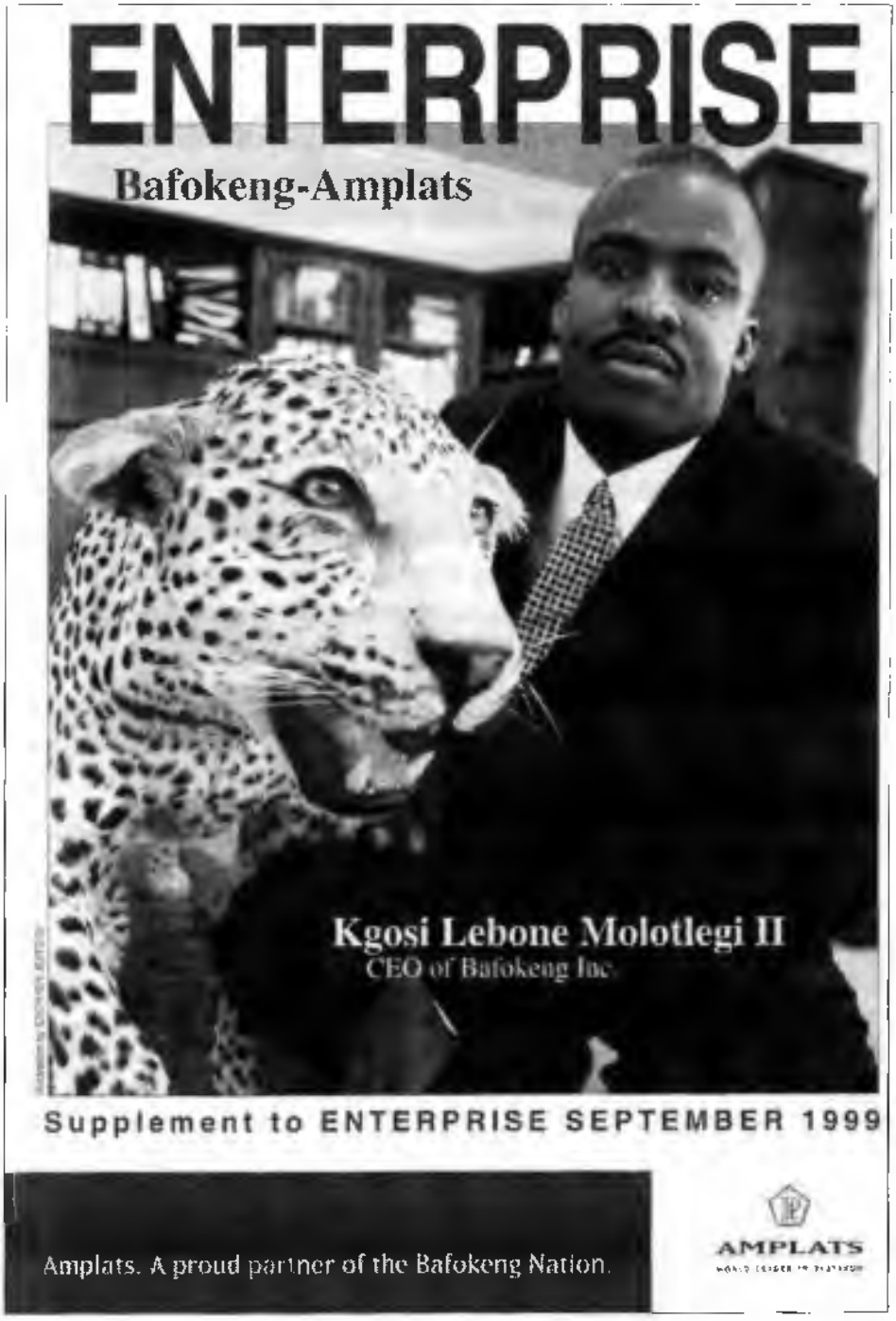
56 Testimonio del doctor James A. Thurber ante el Senado de los Estados Unidos y el Comité de Asuntos Indios en referencia a la Ley Federal de Campañas Electorales [*Indian Tribes and the Federal Election Campaign Act*], 8 de febrero de 2006; http://www.indian.senate.gov/public/_files/Thurber.pdf, consultada el 22 de diciembre de 2006.

57 Comunicado de prensa de la Comisión de Campañas Electorales Federales, 8 de febrero de 2006; http://www.fec.gov/press/press2006/20060208testimony.html, consultada el 22 de diciembre de 2006.

58 "Playing the political slots."

59 La Comisión de Prácticas Políticas Justas [*Fair Political Practices Commission*] esperaba que el fiscal general de California la representara en el proceso, pero él declinó. Se ha dicho que él mismo había recibido aportes del grupo Agua Caliente y de otros grupos amerindios; véase "Playing the political slots".

60 Se ha dicho que una donación que no se notificó fue destinada a un comité que apoyaba la Proposición 51, referéndum estatal que, de haber prosperado, entre otras cosas, habría financiado la construcción de un ferrocarril entre Los Ángeles y Palm Springs, donde el grupo tiene un casino. Véase *Agua Caliente Band of Cahuilla Indians v. The Superior Court of Sacramento County* (Fair Political Practices Commission, Real Party in Interest) S123832 Ct. App. 3 C043716



1. "Kgosi Lebone II: gerente general de Bafokeng S.A.", *Enterprise* (Revista dedicada a la minería), 1999.

2. "Príncipe del platino: conozca al nuevo gerente general de Bafokeng S.A.", *Mining Weekly* de los Medios Creamer, 2000.

3. "Lesedi: cuna de la cultura africana", localidad próxima a Hartebeespoort, provincia noroccidental, Sudáfrica.

4. Mercado de artesanías y curiosidades chiyema, en Gundu. Aldea del jefe Mukuni, cerca de Livingstone, Zambia.

5a. Aldea cultural Mafunya, Limpopo, Sudáfrica. a) Representación de la "cultura": niños de Mafunya y turistas norteamericanos observan a un grupo entrenado para ejecutar las danzas "tradicionales".

5b. Aldea cultural Mafunya, Limpopo, Sudáfrica. b) Representación de la "cultura": niños de Mafunya y turistas norteamericanos observan a un joven danzarín con un atuendo tradicional *ficticio*.

5c. Aldea cultural Mafunya, Limpopo, Sudáfrica. c) Aprendiendo la danza: los turistas norteamericanos ponen su otredad en acto.

5d. Aldea cultural Mafunya, Limpopo, Sudáfrica. d) Sanadora "tradicional" realiza un acto de adivinación para turistas afroamericanos mediante un traductor, septiembre de 2007.

6. "El reino zulú lo espera: www.Zulu.org.za". En el cruce de las calles Roeland y Canterbury, Ciudad del Cabo, noviembre de 2006.

7. Aldea cultural makuleke, Limpopo, Sudáfrica. Fotografía de Marie-Jean Butler.

8. "Bienvenido al corazón de nuestra cultura: Mpumalanga Tourism". Provincia de Mpumalanga, Sudáfrica.

9. "Más espacio, verdaderamente africano". Namibia central, 2007.

10. Selma Helao con muñecas herero. Khomasdal, Windhoek, Namibia. Fotografía de Jutta Dobler.

11a. "Bienvenido al mercado de injertos", Blaauwkrans, Damaraland, Namibia.

11b. "Injertos bienvenidos", Blaauwkrans, Damaraland, Namibia.

Permítasenos puntualizar un poco el proceso jurídico que siguió. Eso nos obligará a dar algunos detalles jurídico-técnicos tediosos, pero nos permitirá ver con toda claridad la dialéctica de la soberanía que es la esencia de la constitución de la etnicidad como persona jurídica. Ante la demanda de la Comisión de Prácticas Políticas Imparciales, el grupo Agua Caliente presentó un recurso para anular una orden de comparecencia. Como cabía esperar, su argumento fue que, como pueblo originario reconocido oficialmente, la doctrina de inmunidad soberana lo protegía de demandas. Pero el tribunal de primera instancia denegó el recurso. Dijo que, en este caso, conceder la inmunidad implicaría, en primer lugar, estorbar la autoridad que le confiere al Estado la Décima Enmienda de la Constitución federal, de regular sus propios procesos electorales y judiciales, y, en segundo lugar, interferiría con la forma republicana de gobierno que respalda la Constitución, en especial en lo que respecta a la "cláusula de garantía".[61] El grupo indígena hizo lo único que quedaba a su alcance para detener la causa iniciada por la Comisión: solicitó al tribunal de apelaciones que dejara sin efecto el auto anterior. Una vez más, se denegó el pedido. Lo crucial, sin embargo, fue que se concedió la revisión de un tema central: la cuestión de la inmunidad soberana.

En la audiencia que se llevó a cabo a continuación, el grupo Agua Caliente sostuvo que, en los casos en los que el Congreso *no* autorizara específicamente ningún tipo de demanda contra los pueblos amerindios –cosa que había hecho en unas pocas ocasiones–, la inmunidad histórica indígena contra acciones judiciales permanecía intacta. Por extensión, el grupo no reconoció la autoridad de un estado para demandar a una tribu a fin de recaudar impuestos o imponer regulaciones en cualquier aspecto, a menos que la tribu misma hubiera renunciado a su inmunidad soberana o que ésta hubiera sido recortada explícitamente por el Congreso. La Comisión de Prácticas Políticas Imparciales respondió que la inmunidad soberana se encuadraba en el marco de una doctrina federal de derecho consuetudinario que *no* les daba a aquellos a quienes se aplicaba derecho a interferir en la autoridad de un estado sobre el manejo de las elecciones; ni, por lo tanto, derecho a infringir las normas que rigieran los aportes a las campañas electorales. En diciembre de 2006, el tribunal de apelaciones se pronunció a favor de la Comisión y le permitió presentar su demanda original.

Sacramento County Super. Ct. Nº 02AS04545; http://www.fppc.ca.gov/litigation/34C6D84F.pdf, consultada el 22 de diciembre de 2006.

61 Véase *Agua Caliente Band of Cahuilla Indians v The Superior Court of Sacramento County* (Fair Political Practices Commission, Real Party in Interest), 3.

El fallo manifestaba que el interés de preservar "la esencia misma del proceso político" de la corrupción pesaba más que el reclamo de exención de responsabilidad jurídica que hacían los amerindios. Y agregaba: en el caso de las "naciones dependientes del Estado nacional", gozar de soberanía no es "sinónimo [...] de ser inmune a demandas".[62]

Los abogados que apelaron podrían haber señalado, aunque no lo hicieron, que últimamente las naciones soberanas de todo el mundo, no sólo las "dependientes de un estado nacional", enfrentan y pierden cada vez más demandas; y, en ocasiones, las demandantes son etnonaciones que están dentro de ellas (Comaroff y Comaroff, 2006). Con perdón de Agamben, la soberanía, *sui géneris*, *no* necesariamente implica ausencia de responsabilidad ante la ley; aunque quienes la poseen suelen dar muestras de aspirar a que así sea, por ejemplo, explotando vacíos espacio-temporales en geografías jurisprudenciales existentes a fin de crear terrenos transitorios de inmunidad para sí (J. A. Comaroff, 2007: 385). En ese sentido, la soberanía puede ser un *reclamo* de inmunidad irrestricta. Pero es siempre incompleta, siempre ambigua, siempre relativa, siempre vulnerable a la existencia de un poder comparable o superior más allá, a su lado o en su interior. Es por esta razón, no a pesar de ella, que las etnopersonas jurídicas tantas veces recurren al lenguaje de la autonomía soberana contra el Estado. El acto mismo de expresar el deseo de gozar de soberanía instaura un *lebensraum* sociojurídico, con la coartada de la inmunidad y la autodeterminación, en el cual hacer valer derechos fundacionales e intereses endémicos. Esa situación es un corolario de algo que señalamos e intentamos explicar antes: que, en la economía-política de la identidad, como en muchas otras esferas de la vida social y material contemporánea, la ley ha pasado a ser, *por excelencia*, el espacio primordial de las disputas. También es el terreno en el que el Estado, en todos los niveles, procura limitar las facultades expansivas de la Etnicidad S.A.

Aquí, la mención de lo espacial nos lleva directamente a la *sexta* dimensión de la Etnicidad. Tiene que ver con la propiedad, la confianza y, una vez más, la política de la soberanía.

Por lo general, el proceso por medio del cual un grupo étnico se constituye en persona jurídica involucra alguna clase de reclamo territorial, y muchas veces empieza con él. Así fueron prácticamente todos los casos que mencionamos: desde los mohegan de Connecticut y los diversos gru-

62 Véase *Agua Caliente Band of Cahuilla Indians v. The Superior Court of Sacramento County* (Comisión de Prácticas Políticas Justas, parte interesada), 9.

pos californianos hasta los mohawk y shinnecock del estado de Nueva York. Los reclamos difieren en su contenido y en su escala y pueden: i) procurar el reconocimiento formal como reserva tribal de inmuebles existentes, ii) exigir la devolución de terrenos parcial o totalmente expropiados en el pasado, iii) tratar de tomar posesión de tenencias disputadas, o iv) procurar la adquisición de propiedades *ab initio*. Pero todos se originan en el mismo axioma: el de que la tierra, de titularidad conjunta a perpetuidad, es decir, el *territorio*, es un principio fundamental de la existencia soberana moderna. En la medida en que el concepto de soberanía en el orden mundial contemporáneo (aún) presupone el Estado-nación como su modelo normativo, un espacio físico con fronteras delineadas es el *sine qua non* de su realización. Esa "geografía [soberana] imaginada", sugiere Biolsi (2005: 239-241, 253-254) acerca de los amerindios, es intrínseca al esencialismo que está en el corazón de su identidad. Y una cruda realidad la obliga a poner los pies en la tierra, en ambos sentidos: sin territorio, la acreditación federal por parte de los Estados Unidos es inalcanzable. Además, como le dijeron los indios muwekma y pomo a un periodista de San Francisco en 2001, las tribus sin territorio se ven sistemáticamente excluidas de los beneficios estatales, como el financiamiento para educación universitaria, los servicios de salud, la vivienda. O las licencias para casinos. Sin un hogar propio, fue su pregunta retórica, "¿Cómo demostramos que somos amerindios?".[63] No hay duda de que, sin una tierra/patria, *es* difícil tener la confianza necesaria para materializar una identidad étnica constituida en persona jurídica. No sólo sin una tierra/patria. También sin página web. La soberanía territorial y la cibersoberanía van cada vez más a la par, más aún cuando lo virtual desplaza a lo concreto en el anclaje de lo real. Biolsi agrega que la mayoría de las "tribus reconocidas" –como los estados-nación– ahora tienen sitios web; una, la de los sioux de la reserva Rosebud, incluso ha "puesto en vigor leyes para proteger su espacio aéreo" (254). Muchas "utilizan los dominios nsn.us o nsn.gov". "Nsn" significa "nación amerindia soberana" [*native sovereign nation*].

Los amerindios no son los únicos que buscan anclar su soberanía en la tierra. Muchos movimientos indígenas de todo el mundo actúan de manera similar y, en ocasiones, se instigan entre sí, en el afán de hacer del territorio la base de sus reclamos de reconocimiento y autodeterminación. En palabras de Moringe Parkipuny, "la identidad cultural y la tierra [...] constituyen los cimientos mismos de la existencia" (Igoe, 2006: 403); Parkipuny es

63 "The urban gamble", A3.

maasai. La tierra en cuestión no es un mero inmueble, aunque puede empezar siéndolo. Es tierra investida de esencia étnica, de confianza, de pasión. La tierra ancestral –a menudo marcada, de manera real o imaginada, por la muerte y el confinamiento de los antepasados– constituye la base material de la consustancialidad, la organización política y la economía. Aun cuando parte de un pueblo no viva allí, o que no la habite la mayoría ni la totalidad de él, esa tierra puede servir de coartada político-jurídica, puede ser el ancla de salvación para el etnocapital y constituir un espacio desde el cual hablar, afirmar la subjetividad, reclamar la excepción. El grupo Lytton de indios pomo no es el único pueblo originario que construyó su nuevo génesis en una "reserva comercial", poco más que una sala de juegos y un estacionamiento, para aspirar después a un territorio "residencial". En el futuro, en cualquier lugar.

El hecho de que un territorio se haya adquirido hace poco o se haya recuperado tras una larga interrupción no necesariamente implica que sus ocupantes carezcan de lazos afectivos que los unan a él. La tierra, simbólicamente saturada, intensifica la identificación étnica, ya sea condensando la memoria histórica o creando un apego cargado de emociones que proviene del "afincarse". De ahí la entusiasta construcción de museos, la recuperación de las artesanías locales, los rituales de celebración de la tierra que tantas veces sobrevienen al reconocimiento de la soberanía. De ahí el deseo impaciente de llevar a cabo ceremonias "tradicionales" en esa tierra, a menudo ante la presencia de un público turista; algo que recuerda impulsos similares, descritos antes, que se manifiestan en África y Asia. De ahí también la ávida recuperación de yacimientos arqueológicos de restos ancestrales, sedimentos icónicos en los que basar la identidad de la persona jurídica fundiendo pasado y futuro, sustancia física y condición humana, sangre y empresa (cf. McLaughlin, 2002: 211).[64] El emplazamiento concreto de esos restos garantiza ser un "pueblo afincado", sirve de título de propiedad a perpetuidad e implica, por tanto, soberanía eterna. También puede autorizar *múltiples* reivindicaciones de derechos sobre un territorio. A la nación wyandotte, por citar un solo caso, las huellas de dos siglos de complejidades históricas le permitieron solicitar tierras de reserva en dos es-

64 Según la Ley de Protección y Repatriación de Sepulturas Amerindias [*Native American Graves Protection and Repatriation Act*, NAGPRA], sólo las tribus a las que ya se concedió reconocimiento federal pueden hacer pedidos de repatriación. Por lo tanto, la nueva inhumación de los restos refuerza la soberanía desde el ámbito cultural. Agradecemos a Robert McLaughlin por la experta orientación que nos brindó en relación con estos temas.

tados, Oklahoma y Kansas.[65] Los reclamos territoriales transforman la historia en geografía y sedimentan pasados agitados en las estabilidades necesarias para definir-y-reivindicar una identidad étnica y todas las posibilidades que abre. Esas posibilidades, como vimos, se apoyan en una imposibilidad: para que la etnicidad como persona jurídica conserve su legitimidad, debe permanecer conceptual y materialmente "en la reserva". Sin embargo, para realizarse plenamente, debe ir más allá, lo que la obliga a moverse en las fronteras ambiguas, lábiles, entre el margen y el centro, entre los exótico y lo ordinario, entre la soberanía y la dependencia. Ésas son las contradicciones de la economía de la identidad.

Detengámonos, con fines mnemotécnicos, a hacer un repaso de las seis dimensiones expuestas hasta ahora. Como dijimos, aclararán enormemente el resto de nuestra explicación. Cada una de ellas está enunciada primero y explicada después:

- La primera dimensión se relacionaba con la *pertenencia*: por lo general, los procesos de constitución en persona jurídica se ven acompañados de un énfasis creciente en la sangre y la biología, más que en la urdimbre social o cultural, para determinar la inclusión y la exclusión;
- la segunda dimensión tiene que ver con la *etnogénesis*: a menudo es el comercio el que produce o hace cuajar un grupo étnico, no al revés;
- la tercera dimensión se relaciona con el *capital*: en la mayoría de los casos, el establecimiento de etnoeconomías empresariales se pone en marcha a partir de capital de riesgo que proviene de fuera del grupo étnico;
- la cuarta, está vinculada con la *cultura*: si bien la etnoempresa siempre es sancionada por una diferencia cultural, puede no surgir del *contenido* de esa diferencia ni tener mucho que ver con él;
- la quinta dimensión tiene que ver con la *existencia soberana*: una vez que las poblaciones definidas étnicamente logran que se reconozca oficialmente su soberanía –lo que de por sí les exige grandes esfuerzos políticos y económicos–, suelen afirmarla *en contra* del Estado; y
- la sexta dimensión está vinculada con el *territorio*: por lo general, el proceso por medio del que un grupo étnico se constituye en persona jurídica involucra alguna clase de reclamo territorial y muchas veces empieza con él, lo cual es corolario de la estrecha interconexión entre la propiedad, la confianza autónoma y la política de la soberanía.

65 Véanse relatos vernáculos de la historia de los wyandotte en su sitio web: http://www.wyandotte-nation.org/, consultada el 19 de julio de 2007.

De modo que falta la séptima dimensión. La hemos dejado para el final porque es ortogonal a las demás. Y porque complica nuestro relato del Nuevo Mundo.

Reiteramos que los arquetipos amerindios de la Etnicidad S.A., nacidos del capitalismo de casino, suponían una identidad cultural medular; sin ella, los reclamos para que se reconociera su soberanía no habrían tenido fundamento. Pero –como dejó en claro la cuarta dimensión, la cultural– en muchos casos, la sustancia de esa identidad fue en gran medida contingente al mismo proceso de constitución en persona jurídica, proceso que dependía en primer lugar de un estatus jurídico: el contenido cultural podía inventarse, añadirse, condensarse después, y así se hizo. Sin embargo, y aquí entra en juego la *séptima* dimensión, hay casos en los que esa situación se invierte: los de los pueblos originarios cuya historia como persona jurídica no comenzó con el capitalismo de casino sino con la transformación de sus productos y prácticas culturales en mercancía; específicamente, con la transformación de esos productos y prácticas en propiedad intelectual. Tal es el caso de los amerindios de Pueblo Zia, que, en la década de 1990, exigieron una indemnización financiera al estado de Nuevo México por haber utilizado sin autorización su "antiguo" diseño del sol en banderas estatales y matrículas de autos (Brown, 1998: 197). El argumento era que la figura, con su elaborado simbolismo y sus singulares poderes espirituales, había sido siempre su propiedad cultural absoluta y sagrada; los zia –por cierto, el nombre significa "sol"– no emplearon concretamente la expresión "copyright natural" pero bien podrían haberlo hecho. Según la demanda, la apropiación de su emblema sacro no sólo era de una ilegalidad flagrante; además era una afrenta a su dignidad y una blasfemia que podría provocar su desventura. En 1999, los zia acudieron a la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos en busca de protección para su imagen; el Estado, por su parte, reconoció públicamente que, en efecto, el emblema pertenecía "al Pueblo Zia" y que había sido "apropiado [...] sin permiso ni autorización". No obstante, no se ofreció ni se impuso indemnización alguna. Para avivar la controversia, una gran cantidad de empresas también usa esa figura como logotipo. Según un informe de la CNN, "está impresa incluso en inodoros portátiles". Un anciano zia dijo en ese momento que, si las empresas van a usar esa imagen, "queremos regalías".[66] Adelantándose tal vez a los hechos, el sector empresarial ha comenzado a pagar. En 2005,

66 Jennifer Auther, "Uses of sacred symbol causes New Mexico controversy", 14 de septiembre de 1999; http://www.cnn.com/US/9909/14/new.mexico.flag/, consultada el 20 de julio de 2007. La cita anterior proviene de la misma fuente.

según Peter Pino, administrador tribal, unas veinte empresas, entre ellas Southwest Airlines, habían decidido que "los pueblos debían recibir regalías [y] habían empezado a donar dinero a un fideicomiso a cambio de utilizar el símbolo zia".[67]

La constitución de un grupo étnico en persona jurídica por medio de la transformación de la cultura en mercancía, *qua* propiedad intelectual, puede derivar asimismo de prácticas materiales. Por ejemplo, también en Nuevo México, los amerindios del condado Sandoval –justamente donde está Pueblo Zia– son conocidos por cultivar una variedad de maíz negro con valor ritual que es muy nutritiva y, además, resistente a las sequías. Según Pinel y Evans (1994: 45), esa variedad, que se desarrolló a lo largo de siglos, se convirtió en la base de una moda de comida sana sofisticada que surgió en la década de 1980. En consecuencia, en 1984, se estableció una empresa, Five Sandoval Indian Pueblos, Inc. (FSIP) para administrar los intereses que se acumularan gracias al cereal. La FSIP descubrió que era difícil patentar la semilla –es demasiado fácil producir híbridos con fines comerciales–, de modo que se dedicó a producir y envasar productos agrícolas de marca registrada, entre los que se destaca el maíz *Hopi Blue*. Dicho de otro modo: en ese caso, surgió una etnoempresa al destilar conocimientos locales y convertirlos en una marca que, a su vez, se sedimentó sociológicamente en una federación étnica; precisamente lo que señaló Chanock en su observación de que "las culturas que prosperan y perduran son las que mejor funcionan como marcas" (véase arriba, p. 37).

Hay muchos otros ejemplos que podrían citarse con igual facilidad para ilustrar este punto en general. Ya hemos señalado el notable caso de los navajo, que se negaron durante mucho tiempo a entrar en el capitalismo de casino pero cuyos productos agrícolas comerciales, entre ellos el maíz Navajo Pride, se publicitan hoy como "fundamento de [su] cultura"; productos de los que se dice, en virtud de su venta a Cuba, que generan no sólo el carácter de etnonación y su economía sino también la soberanía en sí misma. En una vena similar, en el Oeste Medio de los Estados Unidos,* "la gran mayoría de los tribunales federales reconoce" el arroz silvestre

67 Publicado en el sitio web de la Asociación Nacional de Funcionarios para la Preservación Histórica Tribal. Véase Reed Upton, "Zia Pueblo receiving money for use of sun symbol", 2 de diciembre de 2005; http://www.nathpo.org/News/Legal/News-Legal_Issues27.html, consultada el 20 de julio de 2007.

* Región que comprende los siguientes estados: Dakota del Norte, Dakota del Sur, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Minnesota, Misuri, Nebraska, Ohio y Wisconsin. [N. de las T.]

como "propiedad cultural". Algunos pueblos originarios están registrando marcas del producto y, de ese modo, parecen trazar su propio camino hacia su constitución en personas jurídicas;[68] aunque, ahora que se está modificando genéticamente ese alimento, algunos amerindios de Wisconsin podrían terminar en la misma situación que los granjeros de Asia meridional, a los que les dijeron que deberían comprarle a RiceTec –con patente de los Estados Unidos– el derecho a cultivar el *basmati* que sus antepasados habían cosechado durante generaciones (véase arriba, p. 62). En ese contexto, parece profético que, en la década de 1990, una cumbre interapache sobre repatriación (Inter-Apache Summit on Repatriation, 1995: 4; véase Brown, 1998: 202) declarara su soberanía sobre todos los "símbolos, creencias, costumbres, ideas y demás objetos y conceptos físicos y espirituales" asociados con su estilo de vida. Vemos en esa declaración el camino hacia la Etnicidad S.A. mediante el *koporaet* de la cultura. Lo decimos con el término melanesio. ¿Lo recuerda? Fonéticamente, parece fusionar "copyright" y "corporativo", fusión que nos recuerda cuán localizado se ha vuelto el régimen global de propiedad intelectual, con qué amplitud sirve para redefinir los conocimientos provincianos como capital.

Lo que pone de manifiesto esta séptima dimensión es que, en el corazón de nuestra exposición, hay una dialéctica sin resolver. Es la dialéctica entre la constitución de la identidad como persona jurídica, por un lado, y la transformación de la cultura en mercancía, por el otro. Será evidente a esta altura que se trata de cosas distintas. La Etnicidad S.A. puede tener su origen en cualquiera de las dos. Por eso el contraste entre i) los pueblos originarios que se constituyeron en personas jurídicas en virtud de ser accionistas de empresas comerciales habilitadas por su estatus legal soberano y ii) los que iniciaron su vida como personas jurídicas en virtud de haber convertido sus signos, conocimientos o prácticas vernáculas en propiedad intelectual. En el contrapunto entre esas dos tendencias, en la proclividad de cada una a buscar completarse en la otra, está la clave de nuestro relato. Allí radica el propósito de nuestra excursión a la América indígena; excursión que, reiteramos, *no* tenía por finalidad hacer un análisis exhaustivo de las economías de la identidad de la región –dado que

68 Debemos esta idea a Susan Gooding (comunicación personal), de quien también son las palabras citadas. Además, le agradecemos por habernos señalado otros casos similares, como la iniciativa de los lakota de "cultivar cáñamo con una marca cultural" y la de los ojibwa, de vender productos a base de plantas autóctonas con marca registrada, cabe destacar, "con el objetivo de financiar la compra de tierras que fueron suyas y el desarrollo económico alternativo".

no somos especialistas en ese tema, habría sido pura arrogancia– sino permitirnos comprender con más claridad los fenómenos que, juntos, constituyen la Etnicidad S.A. Y los problemas a un tiempo conceptuales y empíricos, éticos y analíticos, políticos y filosóficos que plantean.

Lo que nos lleva a contar una "Historia de dos etnicidades", una historia que explora las dos caras de esa dialéctica y su resolución, a menudo incompleta, casi siempre ambigua, invariablemente intrincada, a veces preocupante. Es una historia que nos transporta de vuelta adonde empezamos: a Sudáfrica.

4
Historia de dos etnicidades

LA PRIMERA: VIAJE A LA TIERRA DE LOS SAN

Nuestro primer relato nos lleva a la periferia del desierto del Kalahari, tierra de los san, más conocidos por una denominación peyorativa, la de bosquimanos. Es una historia que se refiere al cactus *Hoodia gordonii*, que los san llaman *xhoba*. Según todas las fuentes, desde tiempos inmemoriales, los san han ingerido trozos de esa planta. En el pasado, dependían de ella para aplacar el apetito mientras perseguían a sus presas en las hostiles lindes del desierto. Según parece, hoy en día se la utiliza más bien para conjurar los efectos de la pobreza. Mucho antes de la época colonial, los san fueron subyugados y sometidos a servidumbre por sus vecinos tsuana y otros pueblos. Con todo, su situación fue empeorando sin remisión en los últimos doscientos años más o menos y prosiguió así, con algunas excepciones (Hitchcock *et al.*, 2006: 1-3) en el período colonial. Estigmatizados, víctimas de diversas formas de violencia, expulsados de sus tierras ancestrales por los gobiernos y los colonos blancos, fueron presa de las enfermedades y del alcohol, y el número total de la población ya había disminuido enormemente a fines del siglo XX. En Sudáfrica, la mayor parte de las comunidades san se habían desintegrado; los sobrevivientes se dispersaron y pasaron a formar parte de la mísera población "de color" de la Provincia Septentrional del Cabo. Con respecto a Botsuana, los bosquimanos –que prefieren este nombre a la designación oficial de basarwa que les han otorgado (véase el capítulo 2, nota 62)– se quejan desde hace mucho de un tratamiento áspero y a menudo brutal por parte del Estado. La expulsión de los grupos gana y gwi de la Reserva del Kalahari Central en 2002, política que se ha explicado de muy diversas maneras,[1] provocó un aluvión

1 Por ejemplo, Kenneth Good (2003), implacable crítico del gobierno de Botsuana que después fue expulsado del país, ha sugerido que el desplazamiento de los basarwa está vinculado con el proyecto estatal de explotar los diamantes y el

de críticas externas. También convocó el apoyo material y moral de Cultural Survival, Amnesty International y el International Land Fund,[2] así como el de los navajo de Arizona, con quienes tienen intercambio porque pertenecen a una etnonación hermana.[3] Esa expulsión acabó en la apelación ante la corte suprema que mencionamos antes, la cual culminó con una victoria pírrica para los bosquimanos pues en 2006 recuperaron el derecho a regresar a sus tierras, pero las autoridades se negaron a proporcionarles los servicios esenciales para vivir allí.[4] Si bien el gobierno de Botsuana ha justificado sus acciones de manera coherente en términos positivos –argumentando que, aparte de otras cosas, la reinstalación de los basarwa permitiría la ampliación de los servicios de salud, de educación, de suministro de aguas, etc.–, quienes lo critican entienden lo que ocurre de manera muy distinta. Según Nigel Crawhall (en Evans, 2003: 13), el Estado se muestra tan adverso a ese pueblo que parece "incómodo" ante su mera existencia (cf. Taylor, 2007: 3) y que, en realidad, preferiría que no existiera. En Namibia, donde hay seis agrupamientos san, algunos han logrado salir del paso algo mejor, pero allí también el peligro de despojo es inminente, una vez más en nombre de la reforma agraria. Se dice que vecinos blancos más poderosos codician la llamada Bushmanland occidental.[5]

La saga de la hoodia habría de tener –tiene y seguirá teniendo– un efecto palpable sobre la situación de las poblaciones san. En esencia, lo que ocurre se inscribe en el campo de la alquimia pues entraña una historia de

uranio de esa zona (véase también Taylor, 2007: 4). Por su parte, las autoridades arguyen, entre otras cosas, que el Kalahari ya no es la tierra de los bosquimanos; que a consecuencia de los cambios históricos en su estilo de vida, su presencia altera la ecología del desierto y amenaza su conservación. Pueden hallarse comentarios con mayores matices sobre este conflicto en Wilmsen (2008) y Taylor (2007).

2 Véanse http://www.amnestyusa.org/artistsforamnesty/mar2004.html y http://www.landrightsfund.org/content_projects.html, consultadas el 1 de julio de 2005.

3 Quien esté interesado en una reseña de la reunión realizada en Canyon de Chelly entre los líderes san y los navajo puede remitirse a http://www.thetrackingproject.org/native/native.htm, consultada el 2 de agosto de 2005.

4 El fundamento (técnicamente correcto) de la actitud gubernamental era que el dictamen de la corte permitía que una población "tradicional" de cazadores-recolectores volviera a la tierra en la que antiguamente cazaba, pero que *no* preveía que una comunidad moderna de bosquimanos se instalara en esos terrenos ni que se les suministraran los servicios esenciales. Véanse también la nota 1 anterior y el capítulo 2, nota 62.

5 Véase John Gobler, "The San are losing ground", *Mail & Guardian*, 24-30 de noviembre de 2006, p. 27.

pobreza primitiva que se convierte en prosperidad moderna gracias a la propiedad intelectual; una historia llena de meandros y de giros, ambigüedades y ambivalencia, esperanzas y problemas, una historia que está muy lejos de haber terminado. Y todo ello porque una humilde planta tiene la capacidad de aplacar el hambre. Y porque los cazadores-recolectores san –famosos por su sabiduría ecológica– lo sabían desde hace mucho. No sorprende, entonces, que en una época en que los medios masivos surcan los mares comprendidos entre la fantasía y la realidad –como la "naturaleza", los medios tienen horror al vacío– esa historia, una vez divulgada, haya desencadenado un verdadero frenesí periodístico en todo el mundo (Evans, 2003: 12-16). En los Estados Unidos, el programa *60 Minutes* de la CBS dio fe de la eficacia de la hoodia, comentando con reverente respeto su potencial aplicación en la industria de adelgazantes.[6] En Gran Bretaña, la BBC dijo que había enviado a uno de sus corresponsales "a un lugar recóndito del desierto", donde habitaba "una de las tribus más primitivas y más antiguas del mundo" para tomar muestras de un "cactus muy poco estético" que "anula el apetito, evita la obesidad [...] y carece de efectos colaterales conocidos".[7] Y seguía diciendo que, aparentemente, la planta actuaba sobre el hipotálamo y elevaba los niveles de azúcar a una tasa diez mil veces mayor que la de la glucosa, dando así la sensación de saciedad sin que se produjera ingesta de alimentos. Fascinadas por esos datos, fanáticas de los regímenes para adelgazar como Oprah Winfrey anunciaron como un portento que el "secreto de la pérdida de peso" podría estar oculto "en las profundidades del [...] Kalahari".[8] Las bandejas de entrada de los correos electrónicos y las páginas de Internet vibraban con las ofertas de la milagrosa "píldora para bajar de peso" y prometían devolver el dinero de la compra si no surtía efecto; casi enseguida aparecieron mensajes que advertían que circulaban falsificaciones de bajo precio. Algunos textos más entusiastas evocaban imágenes de "cafés de Londres y Nueva York" que ofrecen ensaladas de ese cactus y "hacen millonarios a los bosquimanos del Kalahari".[9]

Según la mayoría de los relatos, la historia empezó en 1963, cuando el Consejo de Investigaciones Científicas e Industriales (CSIR, por su sigla en

6 Puede hallarse una reseña del programa divulgado en *60 Minutes* el 21 de noviembre de 2004, bajo el título "African plant may help fight fat", en http://www.purehoodia.com/cbs_news.htm, consultada el 15 de junio de 2005.

7 Véase Tom Mangold, "Sampling the Kalahari cactus diet", BBC, 30 de mayo de 2003; http://www.purehoodia.com/bbc.htm, consultada el 12 de junio de 2004.

8 Véase "Hoodia life - The fastest, most effective weight loss supplement"; http://121.superpills.net, consultada el 25 de febrero de 2006.

9 "Sampling the Kalahari cactus diet."

inglés) –un organismo destacado de investigación y desarrollo del gobierno sudafricano, comprometido a "mejorar la competitividad nacional en la economía mundial–[10] se interesó por las propiedades medicinales de la *Hoodia gordonii*. En este punto, el Estado, "accionista" principal del CSIR, entra en nuestro marco analítico. Ocurre que un etnobiólogo holandés había empezado a investigar la planta y había publicado sus observaciones en 1937. Pero, según parece, el CSIR comenzó a prestar verdadera atención a la hoodia recién a principios de la década de 1960, como resultado de las reiteradas noticias del uso que le daban los rastreadores san en la Fuerza de Defensa de Sudáfrica [*South African Defence Force*]. Se decía que esos hombres, reclutados por el Ejército en sus campañas contrainsurgentes contra los ejércitos de liberación desplegados en Namibia y Angola, tenían una resistencia casi milagrosa, que atravesaban distancias enormes y soportaban períodos prolongados sin las provisiones que necesitaban los demás soldados. Los científicos del CSIR estudiaron las propiedades del cactus para suprimir el apetito, las corroboraron y aislaron el componente bioactivo. En 1996, el Consejo obtuvo una patente para ese componente bajo el rótulo P57.

Más tarde, la patente del P57 se vendió a Phytopharm, una pequeña empresa farmacéutica británica, cuyos estudios de doble ciego confirmaron lo dicho por el CSIR y cuyas acciones se encarecieron ostensiblemente con la expectativa de que la hoodia bien podría revolucionar el mercado de adelgazantes, que movilizaba 6.000 millones de libras.[11] Phytopharm no tardó en venderle a Pfizer los derechos para desarrollar la droga por 21 millones de dólares; quizás una ironía, puesto que los san dicen que la *xhoba* tiene propiedades afrodisíacas similares al otro producto sensacional de la empresa, el Viagra.[12] De hecho, al principio, Phytopharm apodó

10 Según el sitio web, el CSIR se constituyó "mediante una ley del Congreso en 1945 como un consejo científico. [...] lleva a cabo tareas de investigación dirigida y multidisciplinaria, innovación tecnológica y desarrollo industrial y científico a fin de mejorar la calidad de vida de la población nacional [...]. El accionista del CSIR es el Congreso sudafricano, representado por el ministro de Ciencia y Tecnología". Véase http://www.csir.co.za/about_us.html, consultada el 12 de noviembre de 2007.

11 Véase Antony Barnett, "In Africa the Hoodia cactus keeps men alive. Now its secret is 'stolen' to make us thin", *Observer*, 17 de junio de 2001; http://education.guardian.co.uk/print/0,,4205467-102275,00.html, consultada el 31 de octubre de 2002.

12 Un anciano contó que "Cuando los abuelos comen la *xhoba*, las abuelas no pueden perderlos de vista". Véase Rory Carroll, "It's green, prickly and sour, but this plant could cure obesity and save an ancient way of life", *The Guardian*

al cactus "el segundo Viagra".[13] En este punto, la historia cobra un interés especial. No por la trama sexual, nos apresuramos a aclarar. Eso se agotó enseguida; según parece, los laboratorios decidieron respaldar su inversión en la vanidad femenina, no en la potencia masculina. La historia cobra interés porque entra en escena la Etnicidad S.A.

Los san se enteraron de la existencia de la patente cuando Phytofarm anunció el P57 a los medios. Para ser más precisos, fue Roger Chennells,[14] un diestro abogado sudafricano especializado en derechos humanos, quien tomó conocimiento del asunto cuando lo puso sobre aviso un periodista del *Observer* del Reino Unido. Éste le dijo a Chennells que el director de Phytofarm, Richard Dixey, había afirmado que los san, el pueblo del que habían obtenido los conocimientos acerca de los efectos de la hoodia, estaban extintos. En aquel entonces, Chennells representaba a ese pueblo, incluso a Dawid Kruiper y los ‡khomani que vivían en Kagga Kamma, en un conflicto territorial (Robins, 2003: 12-14; Isaacson, 2002; véase el capítulo 1, nota 15). Los ‡khomani reclamaban unas 26.000 hectáreas, que se les adjudicaron en 1999, en las márgenes del Parque Transfronterizo de Kgalagadi, una gran reserva de caza que bordea un tramo de la frontera entre Sudáfrica y Botsuana.[15] En el transcurso del juicio, surgió una ONG, el Instituto San de Sudáfrica [*South African San Institute* - SASI], bajo la autoridad del Grupo de Trabajo sobre Minorías Indígenas en el Sur de África [*Working Group of Indigenous Minorities in Southern Africa* – WIMSA], conformado en 1996 para coordinar la defensa de los derechos y el reconocimiento de los san en cinco países del África meridional; esfuerzos estimulados por el embriaga-

Unlimited, 4 de enero de 2003; http://education.guardian.co.uk./higher/research/story/0,,869492,00.html, consultada el 10 de enero de 2007.

13 John Kamau, "How the San nearly lost their heritage", *Daily Nation on the Web*, 11 de abril de 2002; http://www.khoisanpeoples.org/news/news2002-index.htm.

14 Como señalamos en los agradecimientos, sentimos una gratitud especial hacia Roger Chennells, por haber compartido generosamente con nosotros gran parte de la información presentada aquí. John Comaroff se entrevistó por primera vez con Chennells en Stellenbosch (Sudáfrica) el 24 de febrero de 2005, y durante 2006-2007 volvimos a tener largas conversaciones con él.

15 El segmento sudafricano de la reserva solía conocerse como Parque Nacional Gemsbok del Kalahari. Los críticos sostienen que la "concesión" san no implicaba en realidad cederles tierras: se limitaba a reconocer su vínculo histórico con la región y permitirles el acceso a ella para realizar sus ritos, recoger frutos naturales y participar de iniciativas de desarrollo vendiendo sus artesanías a los turistas.

dor clima de multiculturalismo que floreció en la región después de 1994.[16] Es impresionante la variedad de instituciones, asociaciones y organizaciones que crecieron en torno a la identidad san en esa época, exacerbada por diversos conflictos territoriales y de otros órdenes.[17]

Baste decir que Chennells, que también fue asesor del WIMSA, concluyó enseguida que "los bosquimanos" eran víctimas de biopiratería por parte de Phytofarm. El abogado era consciente de que las regalías podían ascender a muchos millones, aun miles de millones de dólares; hace unos cinco años, sólo en el mercado de Estados Unidos, se estimaba que llegaban a 3.000 millones de dólares anuales (Evans, 2003: 16). Pero la iniciativa de defender sus derechos de propiedad intelectual exigía que "los" san reivindicaran una identidad social y jurídica colectiva, para lo cual, en 2001, se creó un Consejo san que estaba bajo la tutela del WIMSA. El objetivo del Consejo era instaurar órganos representativos nacionales en cada país del cono sur africano, pero de manera tal que se reconociera el característico legado de organización democrática de los cazadores-recolectores, un legado marcadamente distinto del de los pueblos vecinos, que tenían modelos jerárquicos de jefatura (14). El Consejo San Sudafricano [*South African San Council*], el primero en fundarse de esos órganos nacionales, declaró su intención inmediata de garantizar "los derechos de acceso a los lugares de patrimonio cultural, construyendo vínculos con museos y parques, encontrando a otros grupos san en África del sur y negociando el ingreso en la Cámara de Jefes de Sudáfrica".[18] Las dos caras de la Etnicidad S.A., la constitución de la identidad como persona jurídica y la transformación de la cultura en mercancía, fueron parte de la génesis de una identidad política "bosquimana" recién institucionalizada.

Sin duda, Richard Dixey no había sido veraz cuando afirmó que los "bosquimanos" estaban extintos. Las ventajas de esa aseveración para Phytofarm eran evidentes.[19] Cuando el Consejo San Sudafricano protestó ante el CSIR, los representantes de ese organismo admitieron que se había cometido una injusticia, que se habían violado los derechos de los indígenas y que

16 Véase el sitio web de WIMSA: http://www.san.org.za/wimsa/home.htm, consultado el 10 de enero de 2007.

17 Eso se ve a las claras en el Informe Anual del SASI de abril 2001-marzo de 2002. Nuestro relato se basa en gran medida en ese informe. Véase también Garland (1999) y Sylvain (2005) sobre Namibia.

18 "San representation and leadership", WIMSA.

19 Lesley Stahl, "African plants may help fight fat", CBS Worldwide Inc., 21 de noviembre de 2004; http://www.purehoodia.com/cbs_news.htm, consultada el 21 de noviembre de 2004.

correspondía alguna reparación. Dixey confesó que estaba "avergonzado" por sus declaraciones anteriores. Dijo que le complacía que "los bosquimanos [siguieran] existiendo"; además insistió, indignado, en que *a él* lo estaban estafando otras compañías farmacéuticas, que usaban los resultados de los ensayos de su empresa para comercializar productos que no contenían hoodia suficiente para ser eficaces.[20] Mientras tanto, los san agregaron a su queja ante el CSIR la amenaza de entablar una demanda: querían recuperar algún beneficio de la bonanza que se predecía para el P57. Después de un alboroto de intercambios mordaces, el CSIR reconoció formalmente que, en virtud de sus conocimientos tradicionales sobre la planta, los san eran los custodios legítimos de la *Hoodia gordonii*; por su parte, los san aceptaron que el CSIR tenía derecho a patentar el P57 a fin de proteger el trabajo que habían llevado a cabo sus científicos para aislar el componente bioactivo del cactus. Sobre esa base, se firmó un acuerdo formal en marzo de 2003, que estipulaba que el 6% de las regalías se pagaría al Fondo San de la Hoodia [*San Hoodia Trust*]. Al respaldar el acuerdo, el Consejo San manifestó que esos fondos podrían ayudarlos a comprar tierras que habían perdido;[21] más tarde, un vocero del WIMSA dio a entender que el fondo había recibido una suma inicial de 600.000 rands, en ese momento equivalentes a casi 100.000 dólares estadounidenses.[22] Roger Chennells también manifestó su aprobación: el acuerdo no sólo era un "paso importante" hacia la participación en las utilidades sino que, además, demostraba que los conocimientos vernáculos podían ser rentables si se explotaban en conjunto con organismos nacionales versados en tecnología.[23]

No todos estaban tan entusiasmados. En esa época se dijo, por ejemplo, que algunos detalles del contrato entre el CSIR y las empresas farmacéuticas eran confidenciales; se dijo también que podía ser que el acuerdo no hubiera explicado con suficiente claridad las proporciones exactas de los distintos flujos de ingreso pagaderas a los san. Pero los voceros del gobierno sudafricano aplaudieron el acuerdo por considerarlo un gran avance en la ardua tarea de "atribuir la propiedad intelectual a grupos [...] en lugar de

20 "How the San nearly lost their heritage."

21 Véase Melanie Gosling, "Hoodia 'diet plant' under threat from illegal exports", *Cape Times*, 24 de noviembre de 2006, p. 4; Tamar Kahn, "Prickly dispute finally laid to rest", *Business Day*, 22 de marzo de 2002, http://allafrica.com/stories/printable/200203220129.html, consultada el 31 de octubre de 2002.

22 Véase *The Bushman's secret*, un documental de Rehad Desai, UHURU Productions, 2006; también "San community compensated for their knowledge", SABC, 22 de agosto de 2002.

23 "Prickly dispute finally laid to rest."

a individuos".[24] Los funcionarios destacaban que ese problema se había aliviado con la adopción oficial en 2004 de una Política de Sistemas de Conocimientos Indígenas [*Indigenous Knowledge Systems Policy*], iniciativa promovida por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, el Convenio sobre la Diversidad Biológica (véase más arriba) y otras instituciones para coordinar el diálogo entre países desarrollados y en desarrollo con respecto a los derechos de propiedad intelectual, recursos genéticos y conocimientos vernáculos.[25] Una vez más, la medida provocó una controversia. Un grupo de representantes de Biowatch South Africa, una ONG local dedicada a investigar la comercialización de la biodiversidad, expresó preocupación: en lugar de responder al incomparable legado cultural y biológico del país –formulando un enfoque nuevo y audaz de la comercialización de los conocimientos indígenas–, la norma se limitaba a operar de acuerdo con la ley de propiedad intelectual vigente sin correr riesgo alguno. Además, según los representantes de la ONG, hacía tiempo que se le reprochaba a esa ley que favorecía los intereses estatales y empresariales. Y que no manejaba satisfactoriamente las cuestiones complejas de propiedad colectiva ni la aplicación innovadora de productos y prácticas culturales "tradicionales".[26]

Algún tiempo después de que se anunciara el acuerdo entre los san y el CSIR, Pfizer se retiró como licenciatario. El laboratorio dijo que el P57 resultaba demasiado difícil de sintetizar y manufacturar en forma de píldora. Sin embargo, eso no impidió que muchas otras empresas comercializaran lo que aseguran que son suplementos de hoodia, engalanándolos con nombres como *Bushman's secret*,* que parecen ofrecer descaradamente al consumidor conocimientos exóticos robados. *Bushman's secret*, que también es el título de un documental crítico sobre el tema (véase la nota 22), tiene un logotipo que exhibe un vistoso cactus en flor con las dunas del desierto de fondo; sus fabricantes, Medical Supplies International S.A.,

24 "Prickly dispute finally laid to rest". Ese informe también comenta algunas de las críticas que recibió el acuerdo, al igual que "Hoodia 'diet plant' under threat from illegal exports", 4, entre otros.

25 Véase el sitio web de Sistemas de Conocimientos Indígenas, Departamento de Ciencia y Tecnología, República de Sudáfrica: http://www.dst.gov.za/publications-policies/strategies-reports/reports/IKS_Policy%20PDF.pdf, consultada el 2 de enero de 2007.

26 Véase, una vez más, "Prickly dispute finally laid to rest"; también Rachel Wynberg, "Indigenous knowledge at risk", *Weekly Mail & Guardian*, 18 de diciembre de 1998, http://www.mg.co.za/articledirect.aspx?articleid=180483&area'%2farchives_print_edition%2f, consultada el 12 de enero de 2007.

* "Secreto del bosquimano." [N. de las T.]

lo publicitan como un "producto sinérgico natural para controlar el apetito" cuyos componentes principales son el cromo y el piruvato de calcio, no la hoodia. Todos los productos que incluyen el cactus entre sus ingredientes y se comercializan sin autorización violan las pautas internacionales de participación en las utilidades que rigen los conocimientos tradicionales y los recursos naturales, estipuladas por el Convenio sobre la Diversidad Biológica; en consecuencia, se están tomando medidas para hacer más rigurosa la normativa y ponerle fin a la piratería.[27] Podría resultar una tarea abrumadora. El formidable auge de la recolección ya le ha valido a la planta un lugar en la lista de especies sudafricanas en peligro de extinción; tanto es así que las autoridades sudafricanas (y namibias) –una vez más, el Estado pone de manifiesto su función reguladora– insisten en que todas las exportaciones porten un certificado de la CITES, la Convención Internacional sobre el Comercio de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres. Hubo quienes pidieron que se prohibiera de plano que la hoodia saliera del país hasta que pudiera controlarse la cosecha ilegal.[28] Mientras tanto, Phytofarm se asoció con Unilever, que reemplazó a Pfizer como licenciataria del P57, en pos de comercializar la sustancia en su forma natural. El laboratorio anunció su intención de que sus productos para "reemplazar comidas" llegaran a las góndolas de los supermercados en 2008; en el momento en que se redactaba este libro, estaba a punto de lanzar una campaña publicitaria de gran escala. Además, la empresa empezó a plantar *xhoba* en Sudáfrica y se propone llegar a tener "cientos de hectáreas" cultivadas en el futuro próximo.[29] Más aun, el Fondo San de la Hoodia, creado para administrar los fondos que ingresaran bajo la égida del WIMSA, ya recibió sus primeras regalías y comenzó a enfrentar los problemas que plantea su distribución entre los san de Sudáfrica, Namibia y Botsuana. Según nos dijo Roger Chennells, el fondo prevé dividir el ingreso en cuartos, retener el 25% para costos administrativos y distribuir el resto en partes iguales a los tres consejos san, uno por país. También ha entablado sus propias demandas contra productores ilegales, acerca de 26

27 Dominique Herman, "San reap no benefits as companies flout law and sell fake or illegal Hoodia products", *Cape Times*, 13 de marzo de 2006, p. 3.

28 Mary Duenwald, "An appetite killer for a killer appetite? Not Yet", *New York Times*, 19 de abril de 2005, D5; también "Hoodia 'diet plant' under threat from illegal exports", 4.

29 Véase "African plants may help fight fat". La intervención de Unilever también ha suscitado críticas puesto que, según algunas fuentes, no tiene muy buenos antecedentes en lo que respecta al cumplimiento de acuerdos con pueblos indígenas; véase *The Bushman's secret*.

de los cuales, por lo menos, tiene conocimiento. Todo esto en su conjunto sugiere que el *pueblo* san, como etnoempresa, está tomando una forma cada vez más definida.[30]

Ocurre que Richard Dixey no estaba del todo equivocado –ni solo– cuando habló de la desaparición de los san a fines de los años noventa. No mucho después, en 2005, Survival International, que había participado activamente en la lucha contra la expulsión de los basarwa de la Reserva del Kalahari Central, hizo una declaración funesta: que en Botsuana se estaba escribiendo "el último capítulo de los doscientos años de genocidio de los bosquimanos" (pero cf. Wilmsen, 2008).[31] Quizá los san no estaban extintos *sensu stricto*, pero su *socio*cidio –o más bien *etno*cidio– *estaba* bastante avanzado. Desterrados de la ecología social que había enmarcado su existencia desde que se tiene registro histórico, "ellos" no daban muchas pruebas de constituir un ser colectivo. Salvo por algunos vestigios de grupos más antiguos que aún se mantenían en pie a duras penas, se habían dispersado en los empobrecidos espacios raciales de la Sudáfrica "de color" o entre las míseras clases de los campesinos e indigentes de Botsuana y Namibia.[32] Pero la reivindicación de la propiedad intelectual –sumada, cabe destacar, a los reclamos territoriales que se dieron en tándem con ella– tuvo el efecto de sedimentar y articular la "identidad" san. Y de darle una sustancia cada vez más "densa", cada vez más palpable.

30 Roger Chennells (2007) escribió un relato detallado, "San Hoodia case: A report for *GenBenefit*", que describe el entorno sociojurídico en el que surgió esta etnoempresa y las formas institucionales en las que está constituida (disponible en www.uclan.ac.uk/genbenefit).

31 Véase Paul Kenyon, "Row over Bushmen 'Genocide'", programa *Crossing Continents, de* BBC *Radio 4*, 6 de noviembre de 2005; http://news.bbc.co.uk/2/hi/programmes/crossing_continents/4404816.stm, consultada el 13 de diciembre de 2006. Wilmsen (2008) critica a Survival International por su empeño en difamar al gobierno de Botsuana, en gran medida para promover su propia fantasía primordialista –derivada, según el autor, de la ficción romántica de Laurens van der Post (1958, 1961)–, que retrata a los bosquimanos como "la forma más antigua de vida humana en la Tierra" y que supone, por lo tanto, que ameritan protección.

32 Por ejemplo, en relación con los omaheke san, Sylvain (2005: 358 y ss.) dice que, si bien la mayoría se diferencia de quienes no pertenecen al pueblo san, muchos han contraído matrimonio mixto; según parece, entre ellos, la etnicidad "suele considerarse desde una perspectiva oportunista". La mayoría de ellos vive como trabajadores rurales de baja categoría, aunque una cantidad cada vez mayor termina en zonas destinadas a indigentes, denominadas alternativamente campos de reasentamiento, tierras ocupadas, zonas de pastoreo o –en jerga colonial más antigua– reservas.

Un síntoma de ese proceso, que a esta altura no debería sorprendernos, ha sido un aumento en los conflictos surgidos porque ciertas personas se acusaran entre sí de "no ser san"[33] en razón de la concepción biológica del grado de pureza de la sangre necesario para que la reivindicación de la pertenencia a la etnia tenga un respaldo genealógico. En varios lugares ha habido iniciativas de denunciar a "falsos bosquimanos" (Robins, 2003: 12), de ponerlos en evidencia y expulsarlos. Por ejemplo, después de dejar Kagga Kamma, Dawid Kruiper acusó a sus propietarios de "hacer pasar por bosquimanos a personas de color" ante turistas que no podían diferenciarlos.[34] La cuestión de la consanguinidad también ha impregnado los intentos de los autodenominados "tradicionalistas" de distinguirse de sus parientes "adulterados", occidentalizados, sobre todo cuando está en juego el acceso a recursos compartidos: de ahí, por ejemplo, la batalla que libró la Comunidad de Bienes [*Community Property Association*], en la Provincia Septentrional del Cabo de Sudáfrica, por administrar las tierras restituidas a los ǂkhomani en los bordes del Parque Transfronterizo de Kgalagadi, que en este momento parecen controlar los "no tradicionalistas" (Chennells, 2006: 20).

Al mismo tiempo y desde un punto de vista más positivo, esa "condensación" de la identidad étnica se ha manifestado en una campaña por revivir las lenguas san, lo que revierte una larga historia de decadencia en la cantidad de hablantes vivos; también en la recopilación de genealogías, para lo cual se capacitó a muchos jóvenes, a fin de crear un registro de la población. Además, el Instituto San de Sudáfrica se ha ocupado activamente del "desarrollo de la cultura [vernácula], la gestión de los recursos culturales y la promoción de las prácticas culturales", en particular entre quienes las han dejado de lado; para eso, se están dando cursos de "destrezas

33 Informe Anual del SASI de abril de 2001-marzo de 2002, 8. Las demás citas del párrafo, a menos que se especifique lo contrario, están tomadas del mismo Informe Anual, 4-9. Véase también Robins (2003: 12 y ss.).

34 Antes de que la restitución de tierras de 1999 los llevara de regreso al Kalahari, como señalamos más arriba, la gente de Kruiper había vivido en Kagga Kamma, donde participó en una empresa conjunta de ecoturismo con sus dueños. Estos últimos respondieron que las personas de color habían actuado cuando los san los abandonaron a su suerte, que la mayoría eran "cónyuges de bosquimanos" y que a los visitantes les daba igual su identidad. Pero Kruiper insistió en que se estaba "manoseando" su tradición; por su parte, el San Institute denunció que se trataba de una violación del "comercio justo". Véase "Not the real San, but tourists fooled", *IOL*, 30 de junio de 1999; http://www.iol.co.za/index.php?set_id=1&click_id-13&art_id=ct19990630230014436K500156, consultada el 23 de enero de 2007.

derivadas de sistemas de conocimientos indígenas" para personas reubicadas en la periferia del Kalahari. El SASI también ha iniciado un ejercicio de "auditoría y gestión de recursos culturales"; ha diseñado "proyectos de generación de ingresos controlados por indígenas, que emplean [capital] cultural e intelectual de manera sustentable", y ha puesto en marcha un programa para "crear un fundamento apropiado de derechos" para los san, a fin de velar por sus intereses. Intereses tales como los ingresos provenientes de la *xhoba*, el cactus de la hoodia, y como !Xaus Lodge,* un lujoso campamento de caza situado en el Parque Transfronterizo de Kgalagadi cuyos dueños y beneficiarios son los ǂkhomani y los mier. Allí, los visitantes, que pagan por su estadía, "se entregan a los fascinantes rituales, tradiciones y culturas históricas de los bosquimanos", acompañan a "los legendarios 'cazadores-recolectores' por el desierto, siguiendo el rastro de animales [y] buscando plantas que puedan comer o recolectar para usos medicinales" y escuchan "sus leyendas sobre el cielo nocturno, los secretos de su salud y la historia de su cultura y su existencia".[35] Así fue como un grupo de san que, hace apenas unos años, se autorrepresentaban como sirvientes de Kagga Kamma (véase la página 24), ahora lo hacen como "propietarios" en la economía de los servicios, especializados en la venta de su propia marca de experiencia exótica. Pueden seguir considerándose "animales de la naturaleza" o no. Pero no hay duda de que se *han* vuelto empresarios de la cultura, empresarios para y de sí mismos. Dicho sea de paso, *!Xaus*, como en *!Xaus* Lodge, significa "corazón".

En suma, se está alentando a "los san armados de su poder recién adquirido", desde dentro y desde fuera, "a canalizar su patrimonio cultural en artesanías contemporáneas y útiles" –y en empresas– "que les proporcionen dignidad y capital", en palabras de Betta Steyn, directora de Khomani Sisen ("Trabajamos"), un proyecto dedicado a la creación de "oportunidades de generar ingresos para los descendientes del 'Pueblo Original' del sur de África [haciendo y comercializando] productos inspirados en antiguas tradiciones bosquimanas".[36] La "canalización del patrimonio cultural" en pos de "dignidad y capital" ha asumido algunas formas inesperadas:

* "Posada !Xaus". [N. de las T.]

35 Véase http://www.sanparks.org/about/news/2007/july/kgalagadi.php, consultada el 11 de agosto de 2007. !Xaus Lodge se abrió en julio de 2007.

36 La cita de Steyn en la primera parte de la oración pertenece a Vicki Robinson, "Newly empowered San 'must learn to redefine their freedom'", *Sunday Independent*, 8 de septiembre de 2002, p. 10; la descripción del proyecto fue tomada en 2007 de la página sobre "industrias culturales" del sitio web de Ezase Afrika Trading.

Sanscape One, por ejemplo, una colaboración en cuyo contexto se invitó a algunos de los "mejores y más diversos productores y remezcladores musicales del mundo" a grabar versiones "fieles, sin pulir", de los cantos de los curanderos san con el fin de producir "un disco que [pusiera] de relieve [sus] vicisitudes". Aunque fuera de un modo más bien aséptico,[37] agregaríamos nosotros, puesto que "[sus] vicisitudes" se describen sin ningún tipo de matiz histórico. Con espíritu similar, aunque no precisamente por los mismos medios, Art of Africa, un emprendimiento comercial sudafricano que lleva el subtítulo *Bushmen Art* [Arte bosquimano], está pensado "como una iniciativa para generar ingresos" –de nuevo esas palabras– y, al mismo tiempo, como una manera de que los ex cazadores-recolectores "redescubran su identidad". La empresa, que tiene su galería más emblemática frente al Museo Sudafricano Iziko de Ciudad del Cabo, una institución nacional que alguna vez exhibió bosquimanos en diorama primitivista, proporciona materiales a un pequeño círculo de artistas y después comercializa sus obras. Se toma el trabajo de explicar que, una vez deducidos los costos y un margen de utilidades, el ingreso restante se divide entre la ONG (sin nombre) que dirige la operación *in situ* y los productores; estos últimos reciben el 70%, y donan la mayor parte "para solventar la comunidad", que consiste en una "sociedad de bienes compartidos". Sin embargo, se dice que la nobleza del ejercicio radica en que los artistas "han asumido la carga de [ser] los custodios de su raza", de su "pasado doloroso y cruel", y en que sus pinturas ilustran "la esencia" de su pueblo. Es cierto, es imposible "trazar una relación directa entre las obras que se producen hoy y el arte rupestre de hace varios miles de años". Pero eso no vicia el sentido de esta "travesía", cuyo objetivo para los san es "preservar un rico patrimonio cultural evocando recuerdos antiguos [mediante la] visualización, el trance, la danza [...] y sesiones de terapia de grupo".[38]

37 El disco abarca una variedad de estilos de música electrónica, tiene canciones con títulos como "*Kalamari warriors*" ["Guerreros kalamari"] –no se trata de un error tipográfico; el subtítulo es "*Squiddly mix*" ["Mezcla del pulpo"]– y cuenta con la participación de "artistas destacados [de los géneros] *drum 'n bass, trance, ambient* y *deephouse*". Véase Niall McNulty, "Ancient San healing songs cross cultures", *Cape Times*, 24 de abril de 2002, p. 4. En agosto de 2007, el disco aún se publicitaba en kalahari.net (bajo el sello M.E.L.T., código de producto ELM8037). Las citas están tomadas del artículo del diario y de la tapa del disco, que indica que todo lo recaudado por el proyecto se destina al WIMSA.

38 Todas las citas están tomadas de un volante fotocopiado, "Art of Africa: Frequently asked questions regarding Bushmen art", que obtuvimos durante una visita a una sucursal de la galería en la plaza Huguenot, calle Huguenot, Franschhoek, Provincia del Cabo, el 16 de agosto de 2007. La empresa también

Semejantes declaraciones de identidad san fuerzan a "los nativos" a poner en acto una forma inteligible de primordialismo. Algunos de ellos, alentados por ONG fervorosas, han respondido de buen grado. Por ejemplo, cuando los ‡khomani ganaron su reclamo de tierras en 1999, muchos observadores locales dieron por sentado que "[retornarían] a su antiguo estilo de vida". Pero el *verdadero* desafío que enfrentaban, según Mandla Seleoane del Consejo de Investigación en Ciencias Humanas de Sudáfrica [*South African Human Sciences Research Council*], era "lograr que sus conocimientos [salieran] a la superficie" y negociar "una relación sostenible con los sistemas dominantes de conocimientos".[39] Es un desafío que ha asumido el SASI mismo. "El valor comercial del patrimonio –afirmaba su Informe Anual 2001-2002– exige que los pueblos indígenas protejan ese acervo de conocimientos, que constituye un bien que acaba de revalorarse."[40] Cabe señalar que, intencionalmente o no, quienes propugnan la potenciación por medio del patrimonio enajenable son propensos a emplear el léxico de la propiedad intelectual. Prefieren hablar de "conocimientos" (saberes prácticos locales, traducibles, *acerca* del mundo) a hablar de "cultura" (maneras particulares de ser-y-actuar *en* el mundo). Desde esa perspectiva, las concepciones "culturalistas" de la identidad exotizan mal, invocando arquetipos prístinos que dejan de lado las realidades dinámicas y desprolijas de la vida con los pies en la tierra (Sylvain, 2005: 362; cf. Robins, 2001); entre ellas, el hecho de que los san –la mayoría de los cuales son trabajadores rurales de baja categoría– no tienen muchos derechos de ningún tipo. Por eso, el WIMSA (recordemos que es el Grupo de Trabajo sobre Minorías Indígenas del Sur de África) ha adoptado una identidad indígena moderna que implica *tanto* administrar "sistemas de conocimientos indígenas" como "crear una cibereconomía en el Kalahari",[41] un patrimonio supuestamente primordial y, a la vez, prácticas culturales enajenables en proceso de evolución. Sus esfuerzos han contado con la ayuda de una Política de Sistemas de Conocimientos Indígenas, promulgada en 2004, que apunta a proteger a "quienes poseen y practican" esos conocimientos "en tanto bibliotecas vivientes" (véase más arriba).[42] Más

---

produce folletos en papel ilustración. La dirección de su sitio web es http://www.theartofafrica.co.za.

39 Véase "Newly empowered San 'must learn to redefine their freedom'", p. 10.

40 Informe Anual del SASI, abril de 2001-marzo de 2002 (énfasis nuestro). Véase también ‡Oma y Thoma (2002).

41 Informe Anual del SASI, abril de 2001-marzo de 2002.

42 Discurso del ministro Mosibudi Mangena durante la cena del Taller de la Comunidad Sudafricana para el Desarrollo sobre Sistemas de Conocimientos Indígenas [*South African Development Community Workshop on Indigenous*

aun, hay indicios de que su estilo está invadiendo el habla cotidiana, sobre todo en momentos en que los san pugnan por confeccionar un medio de supervivencia presentando los restos de su "antiguo estilo de vida" en un lenguaje inteligible para otros. "Me arrancaron mi lengua a los pellizcos", dice Dawid Kruiper, tirándose de la oreja para mostrar cómo los jefes coloniales insistían en que los trabajadores san hablaran sólo afrikáans, ahora su lengua franca. "Pero mi conocimiento (*kennis*) de la naturaleza está dentro de mí, y no pueden quitármelo [legítimamente]".[43] *Kennis*, en este sentido, ha pasado a connotar tanto el ingenio natural –recordemos que Kruiper se considera un "hijo de la naturaleza"– como la pericia heredada, que constituyen, ambos, bienes comercializables.

Hablar de "potenciación" [*empowerment*] de los san por medio de la propiedad cultural puede dejar sin respuesta la polémica pregunta acerca de quiénes son exactamente los que se potencian, y cómo.[44] Pero *hay* pruebas irrebatibles de un "creciente orgullo san". Y también de una relación directa entre "las píldoras de *xhoba*", los reclamos territoriales y la construcción de un futuro colectivo.[45] Cuando le preguntamos a Roger Chennells si había surgido una identidad étnica a partir de la formación de empresas, contestó que sí. Un "sí" rotundo. A pesar de la tendencia refleja a hablar de la identidad san como si hubiera existido siempre, la opinión de Chennells está muy bien fundada. La presunción de que "los san" *tenían* una identidad común –o una etnosociología– antes de la diáspora colonial de una *población* compleja y lingüísticamente diversa de cazadores-recolectores es sumamente problemática. La cuestión de quiénes o qué eran o no eran "ellos" es objeto aún hoy de contiendas académicas encarnizadas.[46]

Knowledge Systems] celebrado en Pretoria el 7 de junio de 2004. Véase el sitio web del Gobierno sudafricano, http://www.info.gov.za/speeches/2004/04062109451001.htm, consultada el 29 de agosto de 2007.

43 Véase *The Bushman's secret*.

44 En un nivel más general, ocurre lo mismo con las iniciativas de "desarrollo" entre "los bosquimanos" bajo la égida de diversas ONG de ese ámbito; véase Garland (1999).

45 Véase Gavin Evans, "'Extinct' San reap rewards", *Mail & Guardian*, 3-9 de enero de 2003, p. 12.

46 El llamado debate (de los bosquimanos) del Kalahari trata del modo en que deben caracterizarse la economía, la sociedad y la cultura entre los pueblos de lengua san: si esos pueblos deben considerarse cazadores-recolectores "prehistóricos", que fueron "auténticos" cazadores y recolectores desde tiempos inmemoriales (por ejemplo, Lee y Devore, 1968; Lee, 1992, 2002; Lee y Guenther, 1993, 1995), o si, como sostienen algunos eruditos revisionistas (como Wilmsen, 1989, 1993; Wilmsen y Denbow, 1990), su problemática es un efecto histórico

Y no sólo de contiendas académicas. También de polémicas en la etnopolítica práctica. En 1999, Chennells hizo hincapié en la necesidad de "*hacer [...] realidad el mito que [...] creamos para ganar el reclamo territorial*"; es decir, el mito de "*que hay una comunidad ‡khomani san*" (Robins, 2003: 13; énfasis del original). Y eso concierne apenas a *un* grupo de "bosquimanos", no a todos "los san". Chennells destacó además que algunos de los votantes de esa "entidad *potencial*" no sabían "qué significaba ser san"; muchos no estaban del todo decididos a "subirse al tren".[47] Como observaría cinco años después la Comisión de Derechos Humanos de Sudáfrica [*South African Human Rights Commission*] (2004: 5), el reclamo territorial de los ‡khomani "implicó reinventar una comunidad a partir de los descendientes de san en la diáspora". Ni siquiera en este caso queda claro qué denota el vocablo "san" a los fines de la *re*invención; repetimos una vez más: *sans* sustancia histórica, no indica más que una conexión espectral, especulativa, con pueblos de los que se dice que alguna vez habitaron el Kalahari y su periferia, pueblos de cuyas autoidentificaciones colectivas poco se sabe a ciencia cierta. En la medida en que esa categoría étnica tiene algún sentido genealógico, se enmarca en el grupo de los *khoisan*, una denominación etnológica de principios del siglo XX empleada para las "sociedades" que no hablaban lenguas de la familia bantú (cf. Schapera, 1930). Denominación de la que ahora los líderes san procuran desligarse, porque "diluye" su patrimonio singular.[48]

El hecho de que "los san" puedan ser una construcción social relativamente nueva ya no tiene la menor importancia, por lo menos fuera de la academia. Su presunta presencia en el pasado se ha sedimentado en una etnoempresa enérgica con visión de futuro. Más aun, "san" se ha vuelto un término *auto*rreferencial. Describe una comunidad cultural imaginada, una *nasie* ("nación"; cf. Sylvain, 2005: 362) que es en sí misma transnacional, que se extiende sobre tres de los países del cono sur africano. Conseguir el título de propiedad del territorio, como vimos, ha sido fundamental para su (re)nacimiento. Al firmar como presidente el histórico acuerdo de res-

relativamente reciente de sus relaciones con otras poblaciones de la región. Véase un resumen general del debate, especialmente en la arqueología contemporánea, por ejemplo, en Smith (1996), Sadr (1997) y Kent (2002).

47 Roger Chennells (en comunicación personal) recuerda una conversación entre dos adolescentes sobre las ventajas y desventajas de aceptar la identidad san. Uno de ellos dijo que no pensaba ponerse a saltar vestido con pieles de animales; el otro le contestó que la solución era lucir un poco de piel "como accesorio" y como coartada.

48 Informe Anual del SASI, abril de 2001-marzo de 2002.

titución de tierras a los ‡khomani, Thabo Mbeki dijo que la "devolución" del territorio no permitiría únicamente la "re-unión" de un pueblo disperso por guetos rurales, granjas de dueños blancos y zonas comunales empobrecidas. También permitiría que "arraigaran" sueños colectivos (Mgoqi, s/f; cf. Robins, 2001: 834). Algo similar dijo Roy Sesana en nombre de los 243 bosquimanos que habían acusado al gobierno de Botsuana de expulsarlos por la fuerza de su hogar en el Kalahari central: "La tierra es la piedra fundamental de la cultura [...] hace que cada persona sea quien es. Lo que hacemos con [el territorio] define nuestra identidad. Nos conecta con nuestro pasado [...] con nuestros antepasados".[49] Que, recordemos, es más o menos lo que dijo Moringe Parkipuny de los masai (véase la página 130).

Pero el papel de la tierra en la concreción de la *nasie* imaginada, por fundamental que sea para su renacimiento mítico y moral, resulta más complicado de lo que preveían Thabo Mbeki y Roy Sesana. El proceso de restitución no ha alcanzado más que a una pequeña proporción de quienes se identifican como san hoy en día. Pocos se han radicado en esas tierras o consiguen su sustento en ellas. Pero es probable que los que lo hagan en el futuro sean aun menos. La Comisión de Derechos Humanos de Sudáfrica (2004: 5) afirma que los ‡khomani que sí "regresaron" a la zona de Andriesvale-Askam de la Provincia del Cabo después de 1999 (véase el capítulo 1, nota 15) son extremadamente pobres y que el acoso de la policía es constante; y agrega que el Estado no ha prestado ningún servicio ni ha asistido en modo alguno a la comunidad en su reasentamiento.[50] Los ‡khomani podrán ser propietarios de la elegante !Xaus Lodge, residencia transitoria de visitantes acaudalados, pero sus propias condiciones de vida siguen siendo absolutamente miserables. Como hemos visto, algo muy similar ocurre con los bosquimanos a los que hace poco se les permitió volver a la Reserva del Kalahari Central de Botsuana. No sólo es precaria su situación sino que, según observadores externos, sería "necesaria una gran inversión para lograr que el parque fuera apto para el turismo": se cree que las poblaciones animales se redujeron a un ínfimo 5% de lo que eran hace tres décadas, diezmadas por las cercas puestas por el gobierno, que bloquean sus rutas migratorias y les impiden llegar a las fuentes de

49 Véase Rampholo Molefhe, "Defender of his people's rights", *Mmegi Online*, 2 de julio de 2004; http://www.mmegi.bw/2004/July/Friday2/7262190111769.html, consultada el 1 de febrero de 2007.

50 Véase Comisión de Derechos Humanos de Sudáfrica (SAHRC), "Human rights violations in the Khomani San community", 3 de marzo de 2005; http://www.info.gov.za/speeches/2005/05030409451004.htm, consultada el 24 de enero de 2006.

agua.[51] De modo que es poco probable que surja un centro turístico Kalahari Sun –a la manera del Mohegan Sun de Connecticut o del Sun City de Sudáfrica–, aunque *han* circulado rumores acerca de derechos sobre yacimientos minerales, que podrían conseguirse en un futuro lejano y vago.

La tierra puede ser la "piedra fundamental de [...] la cultura", pero la existencia de una identidad san "sustentable" descansa de un modo más inmediato en la etnoempresa cuyo motor es la propiedad intelectual. Sobre todo, en la planta de *xhoba*. Si bien algunos de los ex recolectores han comenzado a cultivar el cactus en sus tierras recuperadas, lo que realmente se espera de él son los ingresos que generen otros que lo planten o procesen, agregándole valor a su potencial en bruto en algún otro lugar. Además del contrato de patente con el Consejo de Investigaciones Científicas e Industriales (y, por medio de él, con los licenciatarios, Phytofarm y Unilever), el WIMSA también firmó un acuerdo de participación en las utilidades con Southern African Hoodia Growers (Pty) Ltd. (predominantemente blanca), que se ha comprometido a "comercializar [sus] productos con un logotipo que indique claramente que los san reciben parte de las utilidades".[52] Se ha dicho que los contratos de ese tipo bien podrían "determinar el destino [de los bosquimanos] como pueblo".[53] Como vimos, algunos abrigan la esperanza de que la nueva riqueza les permita recuperar, comprándolas, más tierras "ancestrales", a fin de restaurar su "vida, derechos, tradiciones y su *nasiegheid*" (carácter de nación). Según parece, la hoodia se ha convertido en una panacea para la constitución de un pueblo. Y para todas las aspiraciones culturales manifestadas en los diversos planes, programas y proyectos del Instituto San. Claro que no se sabe si la planta podrá, finalmente, satisfacer esa esperanza.

51 Véase Alex Duval Smith, "Kalahari Bushmen win ancestral land case", *Independent Online*, 14 de diciembre de 2006; http://news.independent.co.uk/world/africa/article2073037.ece, consultada el 22 de enero de 2007.

52 Ese "contrato de participación en las utilidades y de empresa conjunta", estipulado por la Ley de Biodiversidad de Sudáfrica (10 de 2004), se firmó el 15 de marzo de 2007; en la cláusula 6, "Pagos", el contrato establecía que los san recibirían "la suma de 24 rands por kilogramo de *Hoodia* seca para exportación". En agosto de 2007, la Asociación de Productores de Hoodia [*Hoodia Growers Association*] de Namibia anunció que comenzaría a exportar a una escala considerable en 2008. Sin embargo, no mencionó si había llegado a un acuerdo con el WIMSA; véase "Namibia: Country to export Hoodia", *New Era* (Windhoek), All.Africa.com: http://allafrica.com/stories/200708160788.html, consultada el 20 de agosto de 2007.

53 Véase *The Bushman's secret*. Roger Chennells (en comunicación personal) lo ha apodado "el caballo que galopa más rápido".

El sueño de volver a apropiarse de bienes inmuebles ancestrales completa un largo ciclo histórico. El territorio, eslabón que une pasado y futuro, es el suelo soberano, tan metafórico como material, sobre el que puede cuajar una identidad supuestamente "primordial", mejorada por la actividad empresaria, lugar en que la cultura puede "adquirir densidad" y en el que puede "tener lugar" la adquisición del carácter de nación. Sobre él se puede administrar su economía afectiva. Para muchos san, el eslabón entre la hoodia y la tierra, no importa si la primera crece o no en la segunda, se ha convertido en metonimia de sus perspectivas de supervivencia. Como abstracción concreta, el cactus augura su propia fragilidad en el calor del mercado, un mercado forjado por todas las tentaciones y los riesgos de la explotación voraz. Si se la cosecha con demasiada codicia, dice Ouma/Una, una anciana san, si se la hacha sin cuidado o sin respeto, "será el fin de la planta, y nosotros nos extinguiremos con ella".[54] La tierra de los san quedaría definitivamente vacía de vida.

La saga de la hoodia parece estar abriéndoles el camino a otros en el sur de África. En marzo de 2007, la prensa local anunció que "varias comunidades rurales venda" de la provincia de Limpopo estaban a punto de "irrumpir en la economía del Primer Mundo, gracias a la corteza del árbol *mpesu*", un afrodisíaco particularmente potente hasta el momento desconocido para los forasteros. Se dice que la sustancia, apodada "el Viagra africano" –recordemos que se afirmaba que la *xhoba* tenía propiedades similares– superó con éxito las pruebas realizadas en la Universidad de Pretoria. Según el *Sunday Times*, las "empresas farmacéuticas" pronto "pugnarán [...] por los derechos de elaboración" del *mpesu* como producto comercial. Sin embargo, los esfuerzos de los venda por entrar en el mercado de los productos bioculturales y de desenvolverse en la etnoeconomía ya están atascados en una disputa.[55] Territorial, desde luego.

La historia continúa...

LA SEGUNDA: HISTORIA DE UNA EMPRESA SUDAFRICANA

Nuestra segunda historia trata de los bafokeng, una nación tsuana situada en la provincia noroccidental de Sudáfrica. Ya los hemos presentado: son

54 Véase *The Bushman's secret*. "/Una" se pronuncia "*Kuna*".

55 Véase Andrew W. Donaldson, "Sex tourists set to go barking mad", *Sunday Times*, 25 de marzo de 2007, p. 2.

el pueblo que se enriqueció con el platino, el pueblo de cuyos reyes se habla como de gerentes generales, el pueblo al que la industria minera y los medios masivos de comunicación llaman "Bafokeng Inc.".[56] Y, en ocasiones, "la tribu más rica de África" (véanse, por ejemplo, Manson y Mbenga, 2003; Kriel, s/f). Sin embargo, ellos prefieren llamarse "Real Nación Bafokeng" ["*Royal Bafokeng Nation*"] (*morafe*). La historia de su constitución, una épica extraordinaria desde cualquier punto de vista, tiene su génesis hace más de un siglo y medio, mucho antes de los albores de la Edad del Platino.

La historia empieza con tierras. Específicamente, con la pérdida de territorio bafokeng a manos de colonos blancos, a partir de fines de la década de 1830. Esos colonos eran parte de los aproximadamente diez mil bóeres que migraban hacia el norte, ancestros de los afrikáners modernos; la historiografía del *apartheid* suele atribuir su así llamada *Gran Marcha* a un esfuerzo heroico por escapar del control colonial británico. Sus motivaciones y consecuencias aún se discuten acaloradamente y sin duda seguirán debatiéndose durante el tiempo que le lleve a la "nueva" Sudáfrica reescribir su pasado desde la perspectiva privilegiada de la poscolonia. Pero lo indiscutible *es* que, entre principios de la década de 1840 y mediados de la de 1860, los bafokeng, cuya etnohistoria se remonta al siglo XII (Bozzoli, 1991: 29; Kriel, s/f: 14; Mokgatle, 1971; Breutz, 1953), se quedaron sin tierras. Los modos de expropiación que utilizaron los bóeres le resultarán conocidos de inmediato a cualquiera que esté familiarizado aunque sea rudimentariamente con otros asentamientos de colonos blancos: una proclama de que se ejercía un protectorado sobre extensos tramos de tierra por derecho de conquista después de la derrota de tribus "belicosas" en la región (Theal, 1893); la reducción de las tierras comunales de los pueblos locales a granjas privadas, y la promulgación de leyes raciales, bajo la primera constitución bóer de la República de Transvaal (1844), que privaba a los

56 Véase Lani Holtzhausen, "Bafokeng will diversify income, says new 'CEO'", *Mining Weekly*, 17-23 de noviembre de 2000, pp. 2-3. El informe sugiere que el rey actual, Leruo Molotlegi, "se considera no sólo miembro de la realeza sino también gerente general de Bafokeng Inc., una buena descripción de una nación que ha acumulado riquezas considerables gracias a sus operaciones en la industria del platino". Susan Cook, una antropóloga que trabajó entre los bafokeng durante muchos años y goza de la confianza de Leruo (véase más arriba, capítulo 1, nota 9; y antes, agradecimientos), sugiere algo diferente (en comunicación personal): dice que el joven rey se considera *tanto* la autoridad real de su pueblo *como* un ejecutivo completamente moderno. John Comaroff tuvo la misma impresión cuando lo conoció, en 2003. Volveremos sobre este punto más adelante en el texto.

"nativos" de "todo derecho a poseer bienes inmuebles en plena propiedad" (Royal Bafokeng Nation, 2003).[57]

Tan despojados estaban los bafokeng de un *lebensraum* que, a fines de la década de 1860, para sobrevivir como jefatura, se vieron obligados a alquilarles granjas a las mismas personas que los habían desposeído. J. S. Bergh (2005), que documentó sus tribulaciones territoriales *in extenso* –y cuya descripción de los hechos coincide bastante al detalle con otra elaborada para la Nación por su Departamento de Asuntos Jurídicos (Royal Bafokeng Nation, 2003)– relata que su gobernante, el jefe Mokgatle Thethe, se dio cuenta de que, para que su pueblo pudiera recuperar alguna vez su territorio o aspirar a un futuro como unidad política independiente, debería conseguir los medios para comprarlo (cf. también Cook, s/f [a]: 5-6). Como ha sugerido Ngwenya (2000: 124), los bafokeng, que para ese entonces tenían una experiencia considerable con la economía monetaria, el cristianismo y el colonialismo, eran decididamente progresistas en su manera de entender los cambios del cono sur africano. Con la connivencia de evangelistas cristianos –en 1867 se había establecido una misión de Hermannsburg–, el jefe Mokgatle empezó a comprar granjas de colonos blancos intentando no llamar demasiado la atención. A fin de eludir las restricciones jurídicas que había impuesto la República del Transvaal a la propiedad territorial de los africanos, el jefe logró que dos de los misioneros alemanes hicieran las veces de apoderados: las granjas se registraban a su nombre, sobre todo a nombre del reverendo Christoph Penzhorn.[58] Para pagarles, los bafokeng recurrían al dinero que ganaban como campesinos en granjas de dueños blancos. Sin embargo, a todas luces, esa fuente de acumulación de capital no bastaría jamás para satisfacer sus ambiciones, un dato objetivo que podría haber puesto fin al plan. Pero, hacia fines de la década de 1860, se descubrieron diamantes en el interior de Sudáfrica,

57 En 1858, la legislatura del Transvaal evaluó la posibilidad de permitir que los bóeres vendieran tierras a los negros y que los títulos de propiedad quedaran en manos del gobierno. Después de que una comisión estudiara la propuesta, se resolvió en 1871 permitir a "tribus *kaffir*" la adquisición (condicional) de bienes inmuebles. Pero la resolución nunca se convirtió en ley. La proscripción de compra se mantuvo vigente –a pesar de los esfuerzos de los bafokeng por revertirla– hasta 1877, cuando Gran Bretaña anexó el Transvaal (Royal Bafokeng Nation, 2003); véase más adelante.

58 El éxito de Mokgatle en la compra de las tierras también parece haber dependido del patrocinio y el paternalismo del legendario líder bóer Paul Kruger, con quien, sin duda, tenía una relación complicada (Bergh, 2005: 95, 102-112; Bozzoli, 1991: 35). Por los motivos que sean –no están del todo claros–, Kruger parece haber hecho posible que el jefe bafokeng burlara la ley.

no demasiado al sur. Las excavaciones se expandieron con rapidez en Kimberley y sus alrededores, y Mokgatle aprovechó la oportunidad de enviar hombres jóvenes como trabajadores contratados, hizo que depositaran una porción de su salario –cinco libras esterlinas por contrato, para ser exactos– en un fondo especial y usó el dinero para llevar a cabo una larga serie de transacciones inmobiliarias (Coertze, 1990: 40; Ngwenya, 2000: 124; Bergh, 2005).

La "cuestión de los derechos de propiedad territorial de los nativos" (Stals, 1972) surgiría una vez más, aunque al pasar, después de lo que suele denominarse "la Primera Guerra Anglo-Bóer" o la "Guerra del Transvaal" (1880-1881), que terminó con la victoria de los afrikáners, su recuperación del control del Transvaal y un aumento de los temores en las comunidades indígenas en torno a la seguridad de sus inmuebles. Pero la Convención de Pretoria de 1881, producto de la derrota británica, mantuvo los cambios validados por el gobierno anterior: según el artículo 13, los "nativos" seguirían estando "autorizados a adquirir tierras", con la cláusula de que su "concesión o transferencia" debería "hacerse y registrase en todos los casos a nombre de la Comisión de Territorios de Nativos [*Native Location Commission*] [...] en fideicomiso para los nativos". Más tarde, la Comisión de Territorios de Nativos dio paso, como fideicomisario, al Superintendente de Asuntos Nativos [*Superintendent of Native Affairs*] (Bergh, 2005: 113). Es interesante destacar que, en la conciencia histórica de los bafokeng, la década que siguió, la de 1880, se recuerda como una época de seguridad y relativa prosperidad económica (Bozzoli, 1991: 41-42).

Esta primera parte de la historia tiene varios añadidos, de mayor y menor importancia, pero ninguno altera su esencia desde el punto de vista del pueblo del jefe Mokgatle: otra guerra entre Gran Bretaña y los bóeres, nuevos cambios de régimen, una ligera enmienda del título por la que el superintendente pasó a ser el comisionado de asuntos nativos, uno o dos tropiezos en la transferencia de títulos a nombre de los misioneros y, en 1913, la tristemente célebre Ley de Tierras, que les trajo enormes dificultades a los negros para adquirir nuevas propiedades en posesión plena (Plaatje, 1916; cf. Cook, s/f [a]: 6). Sin embargo, mientras ocurría todo eso, el territorio bafokeng –unas veintidós granjas compradas en el siglo XIX, otras once en el siglo XX (Manson y Mbenga, 2003: 25)– siguió reconociéndose como "propiedad inmueble" de la que "la tribu" tenía posesión irrestricta por medio de la administración fiduciaria del Estado. Ese territorio sentaría las bases sobre las que, muchas décadas más tarde, se erigiría la Real Nación Bafokeng como "etnoempresa" (Cook y Harding, s/f: 3). Hoy, ese territorio –que abarca unos dos mil kilómetros cuadrados, aproxima-

damente el tamaño de Rhode Island– alberga a unas 300.000 personas que viven en 29 aldeas. Como en todas las unidades políticas tsuana, la pertenencia depende en primera instancia del linaje patrilineal, aunque los extranjeros pueden asimilarse al *morafe*, y así lo han hecho desde hace tiempo, según el criterio del soberano (Schapera, 1952).

La última parte de la historia colonial de Sudáfrica traería a los bafokeng nuevas dificultades relacionadas con sus propiedades inmuebles, aunque los esfuerzos realizados en el siglo XIX –que los constituyeron en "una sociedad privada propietaria"– les permitirían defenderlas cuando las cosas se pusieran feas (Cook, s/f [a]: 6 *et passim*). En 1924, se descubrió el filón de Merensky bajo su territorio: una capa de roca del complejo de Bushveld que, según se dice, contiene gran parte de las reservas mundiales de metales del grupo del platino, además de depósitos abundantes de cromita y grafito (Cawthorn, 1999; Viljoen, 1999). El anuncio provocó una rebatiña frenética por los derechos sobre los minerales, muchos negocios inescrupulosos y, finalmente, una presentación de los bafokeng ante la justicia para salvaguardar sus intereses (Manson y Mbenga, 2003: 27). Esta vez, sin embargo, el enemigo no era el Estado. Como lo expresó el secretario de minas en un memorando oficial, era incuestionable que "la titularidad de los derechos sobre la superficie y sobre los minerales de la tierra en cuestión [...] corresponde a la mencionada tribu bafokeng, tierra [que], por lo tanto, se considera privada a los fines de las leyes sobre los minerales" (Royal Bafokeng Nation, 2003). De acuerdo con la Ley de Tierras y Fideicomisos [*Native Trust and Land Act*] de 1936, sólo podían llevarse a cabo tareas de prospección en tierras en manos de "nativos" con permiso del ministro de asuntos nativos. Pero, según los relatos históricos de la Real Nación Bafokeng misma, el gobierno nunca manejó la negociación de derechos sobre los minerales, ni ningún otro tema relativo al terreno tribal, de manera contraria a los deseos de la Nación. Por lo menos, hasta fines de la década de 1980. Sobre eso, nos explayaremos enseguida.

A pesar de la rebatiña por los contratos, no se extrajo mucho platino hasta la década de 1960; según parece, porque la extracción era cara y técnicamente difícil. Pero eso cambió con el avance de los métodos técnicos de extracción y el aumento de precio del metal, empleado sobre todo para controlar la contaminación por emisión de gases. En 1968, según cuentan Manson y Mbenga (2003: 27f) y Cook (s/f [a], s/f [b]) –combinamos sus descripciones para componer nuestro relato–, Impala Prospecting Company, subsidiaria de Gencor, una empresa líder de la incipiente "clase capitalista afrikáner", firmó un acuerdo de prospección con los bafokeng. Nueve años después, cuando hubo llegado a la conclusión de que el em-

prendimiento sería rentable y finalizado el proceso burocrático para obtener los permisos necesarios, Impala Platinum ("Implats") arrendó dos zonas mineras. Según el contrato, que negoció un ministro del gobierno nacional en nombre de los bafokeng, supuestamente con su aprobación, la "tribu" recibiría el 13% del ingreso imponible que generara cada operación. Ese tipo de acuerdos de regalías es conocido por la facilidad con que permite que las empresas mineras manipulen la situación: como mínimo, pueden determinar las distribuciones calculando el "ingreso imponible" de diversas maneras. En este caso, los bafokeng recibieron su primer pago recién en 1978. Además, su retribución fue bastante miserable en relación con los dividendos de los accionistas. A mediados de la década de 1980, el rey, Edward Lebone Molotlegi I –a quien habíamos conocido bien a fines de los años sesenta– no estaba en absoluto conforme con el acuerdo vigente. Cuando la empresa lo abordó en 1985 con la propuesta de explotar una tercera zona minera, conocida como "la Hondonada" ["*the Deeps*"], el rey exigió que se ajustara el contrato. Implats accedió a incrementar las regalías a un poco menos del 15% y, después de una larga negociación acerca de la remuneración previa, agregó un pago único de 4,5 millones de rands.

Más o menos en la misma época, el rey Lebone cerró un acuerdo por los derechos de extracción en la nueva zona con otra empresa, Bafokeng Minerals, de la que los bafokeng y su monarca poseían el 25%. Eso derivó en un litigio con Impala, que apeló al gobierno de Bofutatsuana –la administración del "*homeland*" (bantustán) étnico creado por el régimen del *apartheid* para los tsuana en la década de 1970–[59] para que la respaldara en su negociación con el rey. Al principio, la diferencia se debió a los hallazgos de ciertas investigaciones geológicas, sobre valiosos yacimientos de platino en la zona de Implats que quería Bafokeng Minerals para empezar a explotar "la Hondonada". Pero después fue creciendo y se transformó en una pelea por los derechos sobre los minerales en general, entre la "tribu", por un lado, y la empresa minera y las autoridades del bantustán, por el otro. Inevitablemente, todas las partes recurrieron a la guerra jurídica.[60] El resultado fue catastrófico para los bafokeng. Contra toda lógica, el juez falló

59 Hay una gran cantidad de bibliografía sobre la historia de Bofutatsuana, compuesta sobre todo por artículos académicos. Para quienes no estén familiarizados con Sudáfrica, Jones (1999) y Lawrence y Manson (1994) ofrecen un panorama general informativo.

60 Véase el expediente del caso en *Bafokeng Tribe (Applicant) v. Impala Ltd., Bophuthatswana Ministers of Departments of Energy Affairs and Land Affairs, and President of the Republic of South Africa (Respondents)* en el Tribunal Superior de Justicia de Sudáfrica (División Provincial de Bofutatsuana), N° 1716/95.

que no sólo no eran una "sociedad privada propietaria" sino que no eran dueños de la tierra en ningún aspecto: que Lucas Mangope, presidente de Bofutatsuana, en su condición de jefe de Estado, se había atribuido la potestad de administrar la tierra, antes correspondiente al ex ministro sudafricano de asuntos bantúes, quien, a su vez, la había recibido algún tiempo atrás del comisionado de asuntos nativos, quien la había heredado del superintendente de asuntos nativos, a quien se la había transmitido la Comisión de Territorios de Nativos, que la había recibido, a su vez, del "representante responsable" del gobierno británico del Transvaal, el primer fideicomisario colonial que tuvo a su nombre las tierras que habían comprado los bafokeng para recuperarlas después de que se las expropiaran. Tampoco ayudaba el hecho de que el rey Lebone Molotlegi, como sabíamos por lo que nos había contado a principios de los años setenta, despreciara a Mangope, el "mastín de los bóeres" (Lawrence y Manson, 1994). Era inevitable que surgieran nuevos conflictos entre ambos, en los cuales estaba involucrado el conglomerado minero. También era inevitable que las hostilidades determinaran la posición jurídica de la *morafe* bafokeng.

Y entonces se intentó un golpe de Estado.

A principios de 1988, Rocky Malebana-Metsing, líder del opositor Partido Progresista Popular de Bofutatsuana, trató de derrocar al presidente Mangope. Como explicó ante una audiencia de amnistía de la Comisión de la Verdad y Reconciliación de Sudáfrica [*South African Truth and Reconciliation Commission*] en 2001, el objetivo era poner fin a "la tiranía de [un] Estado que, entre otras cosas, se negaba a otorgar derechos civiles y derechos humanos básicos a sus ciudadanos".[61] En realidad, los rebeldes ni siquiera reconocían la existencia de Bofutatsuana (Jones, 1999: 600). Pero el golpe fracasó; entre otros motivos, porque Malebana-Metsing, que quería evitar un derramamiento de sangre, previno a las autoridades sudafricanas y les pidió que no intervinieran. Lo desoyeron, por supuesto: enviaron a las fuerzas armadas. Como resultado, la insurrección se acalló con celeridad. Al comentar retrospectivamente lo ocurrido, muchos tsuana nos hacían bromas sobre las humillaciones a las que se había sometido a Mangope: se contaban versiones, la mayoría dudosas, de cómo los habían sacado a él y a su amante blanca de la cama, en pijama, de un hotel del lugar; cuyo dueño, dicho sea

61 Comisión de la Verdad y Reconciliación, Comité de Amnistía, solicitud en función del artículo 18 de la Ley de Promoción de la Unidad y Reconciliación Nacional [*Promotion of National Unity and Reconciliation Act*], N° 34 de 1995, Peter Ishmael Rocky Malebana-Metsing, solicitante (AM7674/ 97), 27 de febrero de 2001, AC/2001/077.

de paso, era Sol Kerzner, el empresario sudafricano blanco del capitalismo de casino famoso por ser dueño del Mohegan Sun en los Estados Unidos (véase la página 118). Pero, para los bafokeng, y para Bafokeng Inc., la rebelión fallida fue muy desfavorable. Quizá porque se suponía que todos los conspiradores eran de esa "tribu" –de cuyo linaje real se sabía que nunca había apoyado la creación de un bantustán tsuana (Cook, s/f [b])–, el inspector en jefe de la policía acusó al rey Lebone de haber sido "instigador del golpe" (Manson y Mbenga, 2003: 31). Continuamente hostigado, interrogado, brevemente encarcelado y bajo amenaza constante, Lebone huyó a Botsuana.

En el vacío que dejó su ausencia, Mangope conspiró para que se nombrara gobernante a Mokgwaro, el obediente hermano menor de Lebone; para marginar a la poderosa esposa del rey exiliado mediante la intimidación reiterada y, en 1990, para firmar un contrato con Implats en nombre de los bafokeng. Según el informe anual de la empresa, el contrato la autorizaba a explotar las zonas mineras actuales hasta que se agotara el platino, a hacer prospección en "la Hondonada" y, más tarde, a arrendarla, pagando una regalía del 16% sobre el ingreso imponible cuando se desarrollara la zona. A cambio, los bafokeng adquirían el derecho a comprar hasta el 7% de las acciones de Impala (*ibid.*: 33-37).[62] A continuación sobrevino una década de guerra jurídica perfectamente bizantina. El rey Lebone y su pueblo demandaron a Bofutatsuana y a Implats, que tomaron represalias por todos los medios a su alcance. Esas luchas se desarrollaron en el contexto del final del *apartheid*, de un segundo alzamiento –esta vez, exitoso– contra Mangope, del regreso y la muerte del monarca, y de la fusión de Impala y Lonrho, la gran empresa británica. Y conllevaron una enorme cantidad de demandas y contrademandas, pues los litigantes batallaban por la jurisdicción de los tribunales, la legitimidad de la magistratura de Bofutatsuana, misteriosas excepciones perentorias y cuestiones técnicas de *local standi*, *res judicata* y demás. La táctica de guerrilla de directorio y las campañas mediáticas exacerbaban la confusión. Al igual que los lábiles precios de las acciones y los intentos ilegítimos de negociar nuevos contratos de explotación minera.

62 Cabe mencionar que las intrigas de Mangope y su confabulación con el conglomerado minero tuvieron un antecedente similar en los Estados Unidos, en la década de 1920: en esa oportunidad, cuando unos líderes navajo rechazaron pedidos de la Standard Oil para que firmaran contratos de exploración en su territorio, se los depuso mediante un procedimiento sumario y se los reemplazó por un "Consejo Navajo de Gobierno" anuente que respondía al secretario del interior (Gooding, 2006).

Baste decir que, en 1999, por fin se dirimió la cuestión. El acuerdo estipulaba que los bafokeng recibirían el 22% del ingreso imponible por las operaciones realizadas en todas las zonas; que se les pagaría un mínimo del 1% del precio bruto de venta de todos los metales extraídos de su territorio; que se les asignaría un millón de acciones de Impala Platinum Holdings, una participación que equivalía a 100 millones de rands; y, por último, que podían nombrar a un integrante del directorio de la empresa. Después de los esfuerzos denodados de Implats por impugnar su posesión de las tierras, por destruirlos como socio comercial activo y por minimizar todos y cada uno de los pagos que debían recibir, el acuerdo fue una victoria integral para los bafokeng. Había sido una lucha encarnizada, una lucha no sólo por los minerales sino por el capitalismo racial en sí mismo. En el funeral del rey Lebone I, Nelson Mandela lo llamó un "hito" en la "lucha de los negros contra [...] la opresión".[63] El camino, si no a la libertad sin duda al feudo del platino, había sido muy largo. Pero, al final, el dinero gastado durante todos esos años en recuperar la tierra había dado sus frutos. Es cierto que los costos sociales acumulados en el trayecto habían sido exorbitantes. También lo habían sido los costos de la guerra jurídica, en gran medida porque, bajo el *apartheid*, la ley rara vez era justa. Además, los bafokeng se volvieron tan hábiles en esa disciplina que, como dijo un periodista, ahora "su arma tradicional" es el litigio, "no el *knobkerrie* [garrote]".[64] Y mejor así, puesto que también han tenido que resistir la entrada en vigencia de nuevas leyes –una Ley de Recursos y Desarrollo Minerales y Petroleros [*Mineral and Petroleum Resources and Development Act*] (2002), y otras medidas– que no apuntan a nacionalizar la industria minera pero sí a "reconocer el [...] derecho del Estado a ejercer la soberanía sobre todos sus recursos minerales y petroleros".[65] Hasta ahora, los bafokeng resisten con éxito.

A partir del punto de inflexión que fue para ellos la victoria sobre Implats, el crecimiento de Bafokeng Inc. –es decir, de la nación en su aspecto comercial– ha sido poco menos que sobrecogedor. Ya en 1999, *Enterprise*, una revista empresaria, calificó a la "compañía étnica" (Cook, s/f [b]) de "empresa importante", refirió su diversificación en ocho emprendimientos

63 La cita está tomada de un discurso pronunciado por el rey Leruo Molotlegi en la Universidad de Emory el 5 de mayo de 2006. El discurso se titulaba "Navigating the New South Africa: Notes from the Royal Bafokeng Kingdom".

64 "Bafokeng will diversify income, says new 'CEO'", p. 2.

65 Véase Mike G. C. Wilson, "South Africa's geological gifts", *Geotimes*, diciembre de 2003; http://www.geotimes.org/dec03/feature_SAfrica.html, consultada el 25 de agosto de 2007.

de gran escala e hizo comentarios favorables sobre los gerentes ejecutivos a los que había contratado.[66] Cabe destacar cómo aquí *morafe* y empresa se separan y confunden simultáneamente; cómo son a un tiempo la misma cosa y, desde el punto de vista sociológico y administrativo, cosas distintas; esa dualidad tendrá un papel crucial. Poco después, *Mining Weekly* señaló que las regalías mineras habían pagado una vasta red de infraestructura en el reino –por ejemplo, carreteras y puentes asfaltados, embalses y distribución de agua, edificios públicos y sanatorios, redes eléctricas y establecimientos educativos– y dijo que "los bafokeng" eran "ejemplo vivo de la visión africana para los negocios y de la potenciación de los negros". El artículo aportaba como prueba colateral el hecho de que, en pos de crear empleo y de ser autosuficiente a largo plazo, el reino había fundado empresas medianas como Bafokeng Civil Works, Bafokeng Brick and Tile, Bafokeng Chrome, Phokeng Bakery* y Bafokeng Plaza, un centro de compras, y buscaba activamente nuevas oportunidades de negocios.[67]

Que han encontrado en abundancia. Hay un conjunto sumamente complejo de empresas en las que la Real Nación Bafokeng ha acumulado una cantidad considerable de acciones, de las que recibe regalías o por las que se ve beneficiada de algún otro modo. El origen de esa situación se remonta a antes del acuerdo con Implats: en 1996, la nación compró su primera empresa, Murray Construction –rebautizada Bafokeng Construction– y, con ella, adquirió varios contratos importantes; entre ellos, uno para mejorar el puerto de Durban y otro para construir el corredor de minas de platino de Bakwena, que entre los dos ascienden a 4.200 millones de rands; la empresa se liquidaría seis años después a fin de "distribuir los activos entre las pequeñas empresas dirigidas por miembros de la comunidad, [con el objeto de] allanar el camino para la naciente industria de la construcción de [Bafokeng]".[68] En 1998, la Real Nación Bafokeng fundó

66 Véase "The king who slays holy cows" y "The future lies in diversifying", *Enterprise* (suplemento), septiembre de 1999, pp. 2-4, 17-18.

* "Obras Civiles Bafokeng", "Ladrillos y Tejas Bafokeng", "Cromo Bafokeng" y "Panadería Fokeng". [N. de las T.]

67 "Bafokeng will diversify income, says new 'CEO'"; véase también Paula Gray, "People of the Dew", *Leadership*, agosto de 2003, pp. 10-16.

68 Véase Carli Lourens, "Bafokeng construction to close shop this year", *Business Day*, 19 de agosto de 2002, edición electrónica; http://www.asaqs.co.za/news/240802.htm, consultada el 3 de septiembre de 2007. A pesar del carácter etnoemprendedor de la Real Nación Bafokeng, hasta ahora, los bafokeng de a pie no han aprovechado muchas oportunidades de pequeñas empresas ni han dado señales de tener un nuevo espíritu emprendedor (Susan Cook, en comunicación personal).

una rentable empresa conjunta con Mobil Oil S.A., subsidiaria de Exxon, que se registró como Phoka Petroleum y que distribuiría productos Mobil en la provincia noroccidental. En 2001, la siguió una segunda asociación con Mobil, Geared Lubricants (Pty) Ltd., especializada en equipos para minería e industria.[69] Ese año, además, Bafokeng Inc. compró el 22% de la empresa SA Chrome and Alloys, que cotiza en bolsa: una participación en el capital de 100 millones de rands; más tarde, esa participación crecería a poco menos del 35%, con lo cual SA Chrome pasó a ser Merafe Resources.[70] *Merafe*, plural de *morafe*, significa "naciones" en setsuana. *Merafe* también tiene una empresa conjunta con la famosa empresa suiza Xstrata, primera productora mundial de ferrocromo. Más tarde, en 2002, la Real Nación Bafokeng acordó con dos conglomerados mineros emprender nuevas operaciones –la primera con Anglo-American Platinum (Anglo Plat), la mayor empresa de platino del mundo, y la segunda con Rustenburg Platinum– con una participación del 50% valuada en 2.000 millones de rands en cada una. No sólo eso: el anuncio del acuerdo con Rustenburg agregaba que "ahora, los bafokeng tienen una participación activa en la industria minera y ya no son receptores pasivos de regalías. [...] en el futuro, prevén desarrollar decididamente esa participación".[71] Cabe destacar que, en el mismo ejercicio, 2001-2002, su participación en Implats rindió 80 millones de rands [c. 12 millones de dólares].[72] En 2004, los contratos de minería con sus dos socios principales, Implats y Anglo-Plats, les valieron una ganancia neta de 65 millones de dólares estadounidenses (Cook, 2005a: 129).

Pero la historia no termina aquí. Vayamos a 2005. En abril, Royal Bafokeng Finance le compró el 10% de SA Eagle Insurance a Zurich Financial

69 Ambas se anunciaron en http://www.Mbendi.co.za, un sitio africano de negocios. Para la primera empresa, en la que los bafokeng eran el accionista mayoritario, véase "Mobil and Royal Bafokeng in joint venture", 9 de septiembre de 1998; para la segunda, "Mobil Oil South Africa and the Royal Bafokeng Administration clinch shareholding deal", 1 de junio de 2000.

70 Véase Ilja Graulich, "Bafokeng nation extends portfolio", *Business Day*, 28 de febrero de 2001, edición electrónica; David McKay, "Bafokeng's Cunning Plan", *Miningmx*, 13 de octubre de 2004; http://www.miningmx.com/mining_fin/388082.htm, consultada el 11 de noviembre de 2005.

71 Ambos contratos se firmaron en agosto de 2002. Acerca del primero, véase Rob Rose, "Bafokeng and Angloplat in R4bn deal", *Business Day*, 12 de agosto de 2002, edición electrónica. Bell Dewar y Hall, asesores jurídicos de los bafokeng, dieron los detalles del segundo por vía electrónica el 15 de octubre de 2002.

72 Véase Julie Bain, "Royal Bafokeng nation may eventually seek to list extensive mining interests", *Business Day*, 30 de agosto de 2002, edición electrónica.

Services, una multinacional con casa matriz en Suiza;[73] en agosto, adquirió el 20% de Astrapak, la segunda empresa más grande de envasado en Sudáfrica,[74] y el 51% de Concor Holdings, fabricante de hormigón;[75] en octubre, adquirió Fraser Alexander, una empresa de servicios de minería que opera en el sur de África y en Chile.[76] Pero diciembre fue todavía más ajetreado. Primero, los bafokeng tomaron posesión del 26% de MB Technologies, un conglomerado de tecnologías de la información.[77] Una semana después, Royal Bafokeng Finances hizo su primera inversión en agricultura con la compra de más del 27% de Senwes, un gran proveedor de semillas.[78] Por último, bajo el amparo de la política nacional de Potenciación Económica Negra [*Black Economic Empowerment* – BEE], se convirtió en el "asociado para la potenciación" en Impala Refinery Services, subsidiaria de Implats, con una participación del 49%, equivalente a 5.000 millones de rands, por 3.400 millones de esa moneda;[79] así, se utilizó una estrategia que procuraba compensar y encaminar las desigualdades *raciales* de larga data para favorecer intereses *étnicos* específicos. Nueve meses después, la Real Nación Bafokeng haría otro avance enorme, una vez más, gracias a Implats, que decidió pagarle 10.600 millones de rands, equivalentes a todas las regalías futuras por platino adeudadas. Esa suma se convertiría en 9,4

73 Véase "Sale of a 10% stake of SA Eagle in support of black economic empowerment in South Africa", *Zurich Financial Services*, http://www.zurich.co.za/pdf/perspective_issue6.pdf; "Zurich in South Africa", *Zurich Financial Services*, http://www.saeagle.co.za/media_relations_release_130405.php, consultada el 22 de agosto de 2007.

74 Véase, por ejemplo, Wiseman Khuzwayo, "Astrapak investors agree to sell twenty per cent of Equity to Royal Bafokeng Finance", *Cape Times*, sección de negocios, 13 de enero de 2005, p. 1.

75 Véase, por ejemplo, "Concor and Bafokeng Nation in BEE Deal", *Engineering News*, 11 de agosto de 2005; http://www.engineeringnews.co.za/article.php?a_id=72070, consultada el 28 de agosto.

76 Véase "Bafokeng buys Fraser Alexander", iAfrica.com., 6 de octubre de 2005; http://business.iafrica.com/news/498147.htm, consultada el 28 de agosto de 2007.

77 Véase Sapa, "Royal Bafokeng takes 26% stake in MB technologies", *Mail & Guardian Online*, 1 de diciembre de 2005, http://www.mg.co.za/article/2005-12-01-royal-bafokeng-takes-26-stake-in-mb-technologies, consultada el 28 de agosto de 2007; "Royal Bafokeng buys majority stake in MB technologies", *Engineering News*, 1 de marzo de 2007, http://www.engineeringnews.co.za/article.php?a_id=102942, consultada el 30 de agosto de 2007.

78 Véase, por ejemplo, Neesa Moodley, "Bafokeng, Senwes conclude BEE deal", *Business Report*, 8 de diciembre de 2005; http://www.us-sa.org/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=116.

79 Véase Nicky Smith, "Bafokeng score with R3.4bn Impala deal", *Cape Times*, sección de negocios, 15 de diciembre de 2005, p. 17.

millones de acciones, que hicieron de los Bafokeng el mayor accionista de la empresa (Cook y Harding, s/f: 1).

Hubo más acuerdos. Nuestro inventario dista de ser exhaustivo.[80] Una participación mayoritaria en un equipo de fútbol de primera categoría de la Premier Soccer League, que se rebautizará como Platinum Stars,[81] es uno de los más recientes de los que tenemos conocimiento.[82] Pero no es fácil seguirles el ritmo. La empresa de Bafokeng Inc., cuya diversificada cartera se estimó hace poco en 20.000 millones de rands (2.700 millones de dólares estadounidenses; Cook y Harding, s/f), parece acrecentarse cada mes. Esa compañía, la etnoempresa consolidada de la Real Nación Bafokeng, tiene varias ramas y una compleja estructura interna.

El gobierno de la Real Nación Bafokeng, al igual que la protección de sus intereses soberanos, está en manos de la monarquía y sus instituciones ejecutivas, legislativas y judiciales. En ese sentido, se asemeja a todas las demás unidades políticas tsuana. Con una excepción: *kgosi*, la palabra vernácula que allí significa "rey", se traduce en las demás unidades políticas como "jefe". La diferencia refleja a las claras la singular riqueza y envergadura de los bafokeng. Su monarquía, una dinastía patrilineal, está ubicada en el cénit de una *morafe* que consta de 72 jurisdicciones distribuidas en 29 aldeas. Cada una corresponde a un cabecilla hereditario (*kgosana*), quien, a su vez, cuenta con la asistencia de uno o dos "jefes de jurisdicción" (*bannakgotla*). Juntos, esos hombres influyentes componen un Consejo de Cabecillas, con el que el rey se reúne periódicamente para analizar asuntos públicos. Antes, un Consejo Tribal más pequeño, de unos dieciséis miembros, postulados por los cabecillas y nombrados por el *kgosi*, funcionaba como un "organismo que determinaba políticas y tomaba decisiones relacionadas con las operaciones cotidianas" de gobierno (Royal Bafokeng Nation, 2003). Sin embargo, en 1996, el organismo fue reemplazado por un Consejo Ejecutivo compuesto por representantes electos de todas las

80 Véase http://www.mbendi.co.za/orgs/csuh.htm, consultada el 30 de agosto de 2007, que lista varios otros intereses acreditados a Royal Bafokeng Holdings. Nosotros no pretendemos ser exhaustivos; nos basta ilustrar con claridad la escala de las operaciones de Bafokeng, Inc. y lo acelerado de su crecimiento.

81 Véase, por ejemplo, Sikonathi Mantshantsha, "Royal Bafokeng buys PSL Club", *News 24*, 24 de mayo de 2007; http://net-145-057.mweb.co.za/Business/Royal-Bafokeng-buys-PSL-club-20070524-2, consultada el 28 de agosto de 2007.

82 El Tribunal de Competencia de Sudáfrica aprobó otro emprendimiento muy reciente –con Yomhlaba Resources, una empresa de explotación carbonífera– en junio de 2007. Véase http://www.comptrib.co.za/%5Ccomptrib%5Ccomptribdocs%5C675%5C29LMMar07.pdf, consultada el 27 de agosto de 2007.

aldeas; ahora, de acuerdo con la Ley de Dirigencia y Gobierno Tradicionales [*Traditional Leadership and Governance Framework Act*] (N° 41 de 2003), el Consejo tiene cinco representantes regionales electos y cinco que nombra el rey.[83] El Consejo Ejecutivo y el Consejo de Cabecillas se combinan en un Consejo Supremo que, formalmente, conforma la legislatura bafokeng (Cook, s/f [a]: 4). Es responsabilidad de ésta tomar todas las decisiones importantes, incluso "la disposición de los derechos tribales sobre las tierras o sobre los minerales" (Royal Bafokeng Nation, 2003) y aprobar el presupuesto anual de la *morafe*. Además, se llama dos veces por año a una asamblea multitudinaria, llamada *kgotha kgothe*, para deliberar sobre cuestiones comunales. La asamblea también es un foro de supervisión pública: en el espíritu tradicional de la democracia indígena, hasta las complejas maniobras financieras de los gerentes de inversiones bafokeng –sobre quienes nos explayaremos enseguida– se presentan ante la asamblea para que los concurrentes hagan sus preguntas, comentarios y críticas. Todo lo cual hace que, a los ojos del mundo, la *kgotha kgothe* parezca una asamblea de accionistas. En un sentido bastante literal, lo es.[84]

El aspecto burocrático de las actividades cotidianas de gobierno se confía a la Real Administración Bafokeng [*Royal Bafokeng Administration*]. Hasta 2006, ésta existía en paralelo a un Real Directorio Económico Bafokeng [*Royal Bafokeng Economic Board*], responsable de la tarea del desarrollo; en los últimos tiempos, esa responsabilidad pasó al Departamento de Desarrollo Económico Local [*Local Economic Development Department*] de la Real Administración Bafokeng. Además, se creó un Real Instituto Bafokeng [*Royal Bafokeng Institute*] en 2007. Con dos misiones: mejorar la calidad de la educación en el reino y "consolidar [su] identidad nacional", un objetivo elocuente. Pero el verdadero motor de Bafokeng Inc., la fuente de su flujo de ingresos, es Royal Bafokeng Holdings (Pty) Ltd. Esa etnoempresa nacional, con sede central en Johannesburgo, se maneja en gran medida como otras empresas financieras globales responsables ante sus accionistas. Aunque responde a la *morafe* y a la *kgotha kgothe*, el gerente

83 La intención de la ley es, entre otras cosas, "estipular que se reconozcan las comunidades tradicionales; estipular que se instauren y reconozcan los consejos tradicionales, [y] proporcionar un marco normativo para los cargos dirigentes pertenecientes a la institución de la dirigencia tradicional".

84 Agradecemos a Susan Cook (véase también arriba, nota 56, y antes, agradecimientos) por actuar como caja de resonancia y fuente de información cuando recopilábamos esta sucinta descripción del sistema de gobierno interno y de la estructura empresarial de Bafokeng Inc.; por supuesto, cualquier error o anacronismo es nuestro.

general y los gerentes de inversiones de la empresa se sentirían a sus anchas en cualquier directorio del mundo. Además de tres ejecutivos blancos y Leruo, que es el presidente de la empresa, el personal jerárquico incluye a cuatro directores tsuana. De ellos, ninguno es miembro de la familia real; son abogados y contadores formados en Sudáfrica, con vasta experiencia empresaria en la escena nacional. Uno de ellos, Steve Phiri, es también el muy exitoso gerente general de Merafe Resources; otro, Thabo Mokgatlha, es director del Departamento del Tesoro de la Real Nación Bafokeng y, por lo tanto, quien articula el flujo de ingresos generados por Royal Bafokeng Holdings con el flujo de gastos que vuelve a la *morafe*. En teoría –en la práctica hay muchas ambigüedades–, ese flujo de gastos emana de RBH, pasa a la Real Administración Bafokeng según un presupuesto aprobado por el Consejo Supremo y después se asigna, por medio del Departamento del Tesoro, al Departamento de Desarrollo Económico Local, al Real Instituto Bafokeng y a otros diversos beneficiarios oficiales y programas.

Royal Bafokeng Holdings, que supervisa los negocios de la Nación, es una organización general que abarca cuatro subsidiarias –Royal Bafokeng Industrial Holdings, Royal Bafokeng Resources, Royal Bafokeng Management Services y Royal Bafokeng Finance–, cada una de las cuales se ocupa de las empresas, inversiones y cuestiones pertinentes a su ámbito. Sumemos una nueva rama a este árbol de empresas: según su sitio web, Royal Bafokeng Capital es "un accionista profesional, [que] desea convertirse en el asociado predilecto para la potenciación de las pequeñas y medianas empresas operadas y administradas por sus dueños". La propiedad y operación de la subsidiaria corresponde a Royal Bafokeng Ventures, que, a su vez, es parte de Royal Bafokeng Finance. En un momento, se dijo que Royal Bafokeng Resources inscribiría sus valores en la bolsa y pasaría a *cotizar*.[85] Si lo hiciera, "los bafokeng" se consagrarían como la etnoempresa por excelencia: una etnoempresa que permitiría participar, mediante la compra de acciones, en sus finanzas y futuros.[86]

Como todo lo dicho permite suponer, la Real Nación Bafokeng se ha constituido en una especie de "marca étnica" (Cook y Harding, s/f: 22). También ha sido objeto de iniciativas profesionales de creación de marcas

85 Véase "Royal Bafokeng nation may eventually seek to list extensive mining interests".

86 En febrero de 2006, uno de los ejecutivos de Royal Bafokeng Holdings, Gillian Kettaneh, responsable de asuntos jurídicos y empresariales, nos dijo que la cotización en bolsa no era una prioridad en ese momento. De todos modos, eso puede cambiar en el futuro.

empresarias. Como mencionamos mucho antes, Enterprise IG viene "construyendo una identidad" para la Real Nación Bafokeng y, en particular, para tres de las subsidiarias de Royal Bafokeng Holdings. ¿Por qué? Por varios motivos. Cuando se diseñó el logotipo del Real Directorio Económico Bafokeng, por ejemplo, se procuró explícitamente que actuara "como catalizador del crecimiento económico en la comunidad", que transmitiera "la promesa de la potenciación de nación pionera" y que representara "las intenciones de los bafokeng", combinando elementos de la identidad indígena con la promesa de utilidades responsables, de modo de atraer "inversores, emprendedores y organismos gubernamentales". En ese último punto, ha superado todas las expectativas: si bien se ha limitado a cosechar beneficios destinados a las minorías, como los acuerdos de potenciación económica negra, no hay duda de que la actividad comercial de los bafokeng ha ingresado en el ámbito de las megaempresas convencionales. Pero mantiene sus raíces en el capital comunal; en palabras de la Real Nación Bafokeng, la suya es "una comunidad tradicional que hace uso de las inversiones empresarias y de la participación en la economía mundial para satisfacer sus necesidades de desarrollo sin perder su fundamento tradicional" (Royal Bafokeng Nation, 2007: 9). Ésa es, precisamente, la lógica del logotipo. Se eligió la imagen del cocodrilo, tótem de la *morafe*, porque parece simbolizar un "despertar en la naturaleza" y "el largo camino del patrimonio bafokeng". Es la "rúbrica" de su ser empresario, con un pie en lo vernáculo pero "[con] sensibilidad global".[87] Quizás una pizca demasiado global: dos empresas multinacionales, Singapore Crocodile International y la compañía de indumentaria Lacoste, ya libran una enconada batalla en los tribunales chinos por los derechos de uso del mismo animal en su marca registrada.[88]

87 Los tres sitios web de Enterprise IG a partir de los que se compuso este texto fueron http://www.enterpriseig.co.za/display/BrandsDetails.asp?BrandID=230, http://www.enterpriseig.co.za/display/BrandsDetails.asp?BrandID=231 y http://www.enterpriseig.co.za/display/BrandsDetails.asp?BrandID=232, consultados el 8 de octubre de 2006. En su tapa, el *Informe Anual 2006* de Royal Bafokeng Holdings agrega que "se reconoce al cocodrilo por haber pasado la prueba del tiempo; por su fortaleza y resistencia en tiempos difíciles; y por su fama de criar a sus hijos con dedicación y afecto, cualidades todas afines a la Real Nación Bafokeng y a Royal Bafokeng Holdings, que son causa de orgullo para ambas" (Royal Bafokeng Holdings, 2007). Los habitantes de África, que en su mayoría consideran al cocodrilo un cruel asesino, podrían sorprenderse con lo de la dedicación, el afecto y la crianza.

88 Véase Yin Ping, "Crocodile Rock", *ChinaDaily.com*, 5 de septiembre de 2007; http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2006-02/13/content_535160.htm, consultada el 5 de septiembre de 2007.

Aquí surge la cuestión –como siempre con la Etnicidad S.A.– de quién se beneficia con la etnomarca, la constitución de la identidad como empresa, la acumulación de capital. Y qué impacto ha tenido aquélla en la pertenencia. Hasta ahora, la estrategia de la Real Nación Bafokeng no ha sido distribuir sus ingresos entre los individuos, las familias, los grupos de parentesco ni ninguna otra unidad de la etnociudadanía. Por el contrario, los invierte y gasta en nombre de la *morafe*. Como les dijo en 2005 a los medios financieros Matome Modipa, entonces gerente general del Real Directorio Económico Bafokeng, "El motor de esta operación es procurar el bien de la comunidad. Empleamos el modelo tradicional según el cual todos tienen derecho al patrimonio [común] para garantizar el crecimiento de nuestro pueblo".[89] De ahí el fuerte hincapié en el desarrollo y la infraestructura. Y en la creación de empleo. Como el hecho de que, en 2004, se patrocinara a cincuenta jóvenes para que siguieran una carrera de guías turísticos en el marco del Programa Real Bafokeng de Desarrollo de Destrezas y Creación de Empleo [*General Travel under the Royal Bafokeng Skill Development and Job Creation Programme*], a fin de equiparlos para ingresar en la industria del turismo. Y una iniciativa de becas a las que se han asignado 30 millones de rands para financiar a quienes, al terminar la escuela secundaria, busquen educación superior o capacitación vocacional para formarse en cualquier especialidad, desde los peinados hasta la física avanzada.

No obstante, hay un debate considerable en la Real Nación Bafokeng y más allá de sus límites en torno de la asignación y distribución de sus activos. *The Policy Gap*, un estudio sobre el auge del platino en el noroeste publicado en agosto de 2007 por la Bench Marks Foundation,[90] sostiene que, si bien las empresas mineras generan dividendos exorbitantes para accionistas de todo el mundo, y si bien la situación económica de algunos bafokeng mejoró notablemente respecto del pasado, la enorme mayoría soporta una pobreza "inaceptable": el 39% de la población está desocupado, casi el 95% usa letrinas de pozo, menos del 13% tiene electricidad. Más aun, dice el informe, las operaciones de minería han dañado tanto la ecología

89 "Bafokeng want everyone to share in the community's wealth", *Business Report*, 1 de mayo de 2005; http://www.iol.co.za/business/business-news/bafokeng-want-everyone-to-share-in-the-community-s-wealth-1.751232.

90 El documento, *The policy gap: A review of the corporate social responsibility programmes of the platinum mining industry in the North West Province*, está disponible en http://www.bench-marks.org/downloads/070625_platinum_research_summary.pdf, consultada el 27 de agosto de 2007. La Fundación Bench Marks es una organización eclesiástica.

que ya no es posible subsistir gracias a la agricultura.[91] Podría haber agregado también que se dice que las instalaciones educativas están entre las peores de la provincia noroccidental. No es extraño que uno de los informantes de Inge Kriel (s/f) hablara de su *morafe* como "una nación rica de gente pobre". Kriel considera que la tasa de desempleo es aun más alta, de casi el 50%. Dice que la mayoría de los bafokeng "comunes y corrientes", conscientes de que "las ganancias no se derraman", no entienden "la insistencia de las autoridades en invertir para maximizar sus utilidades" (13). Y es probable que, como nos comentaron otros tsuana, no todos comprendan la complicada relación entre los bafokeng-como-nación y los bafokeng-como-empresa –una relación repleta de zonas grises–, ni mucho menos quién se beneficia con la ambigüedad. Muchos creen que, en la medida en que existe un "derrame", éste termina principalmente en manos de quienes tienen conexiones con la familia real y otros ciudadanos influyentes. También hay una creencia bastante generalizada, con frecuencia expresada *sotto voce*, de que la realeza misma se está enriqueciendo con Bafokeng Inc., de que el ingreso generado por Royal Bafokeng Holdings fluye directamente a sus cuentas bancarias, o de que reciben abultados estipendios. A pesar de la cultura de auditoría que ha impregnado a Bafokeng Inc., una cultura que, aunque no siempre se respete, pone un acento casi obsesivo en la transparencia;[92] y a pesar también de que los Molotlegi involucrados en los asuntos nacionales, que son básicamente el rey y su madre, parecen cobrar sueldos relativamente modestos, viven sin extravagancias, apenas si participan en los negocios de los bafokeng excepto como agentes fiduciarios y no parecen haber acumulado grandes sumas de dinero. Sin duda, el estilo personal de Leruo tiene mucho más de la política de responsabilidad empresaria que de la corpórea "política del vientre" (Bayart, 1993).

Pero el escepticismo silencioso de los bafokeng acerca del patrimonio de su etnonación –es difícil medir a cuánto asciende en verdad– no se limita al fantasma de la riqueza real. Se extiende también al *Geist* de la *morafe:* "No todos los bafokeng aprueban las decisiones de colocar al rey como gerente general, de redefinirse como accionistas y de administrar la comunidad como una empresa", señalan Cook y Harding (s/f: 23). La primera de esas cláusulas, la de "el rey como gerente general", es probablemente la

91 El rey Leruo también expresó su preocupación por el daño ecológico provocado por las minas; véase Molotlegi (2007a: 5).

92 Véase apenas una ejemplo en el "Mensaje del *Kgosi*" que dio en 2007 el rey Leruo a la Real Nación Bafokeng, en el que habla de la necesidad de que la "gestión" siempre sea "transparente, eficiente, responsable y eficaz" (Molotlegi, 2007a: 4).

que causa más aflicción, pues plantea la posibilidad de una especie de privilegio ejecutivo bastante divorciado del ideal tsuana de *bogosi yo bontle* ("buen gobierno"), un ideal que se refleja en las frases que hablan de "rendir cuentas": todos los tsuana suelen decir *Kgosi ke kgosi ka morafe*, "el rey es rey por la gracia del pueblo". En cambio, los ejecutivos de las empresas se rigen menos por la rendición de cuentas que por la contabilidad, se guían menos por las necesidades sociomorales de una nación que por los imperativos amorales del lucro. Por eso los gobernantes indígenas de Sudáfrica que intentaron fusionar la función del jefe "tradicional" con la del líder empresario, como el monarca de los makuleke que mencionamos antes (p. 31), encontraron dificultades. Y por eso Leruo, que parece estar muy al tanto de su función híbrida –un gerente general casi como cualquier otro, pero distinto; un rey casi como cualquier monarca, pero distinto (véase la nota 56)– debe navegar la zona gris entre modos antitéticos de autoridad, formas antitéticas de legitimidad, figuraciones antitéticas del poder.

Sin embargo, desde un punto de vista más pragmático, para él y para los gerentes financieros de Bafokeng Inc., la respuesta a la frase "una nación rica de gente pobre" y al escepticismo popular en general radica en el plan Vision 2020. Se trata de un plan ambicioso para que, al terminar la próxima década, la *morafe* sea una nación "autosuficiente", con mejores índices de empleo y orientación global (Gray, 2003: 13-14). De ahí la reorganización de la Real Administración Bafokeng, la creación dentro de la Administración del nuevo departamento dedicado al empleo, la fundación del Real Instituto Bafokeng y la inauguración de diversos programas de mejoras. Sin duda, el rey mismo quiere lograr que todo salga bien pues sabe bien que los yacimientos minerales del filón de Merensky no son inagotables: lo dijo en agosto de 2007 a "los bafokeng, nuestros accionistas" en su mensaje como presidente del directorio de Royal Bafokeng Holdings (Molotlegi, 2007b: 4-5). El plan Vision 2000, que procura el bien de la comunidad *y*, al mismo tiempo, se funda en una fe neoliberal en el capital financiero, funde los dos aspectos del rey tal como él mismo se presenta al mundo: en parte autoridad "tradicional" envuelta en piel de leopardo, en parte hombre de negocios vestido con un traje de Armani, todo él una imagen de afromodernidad. Responda o no a las preocupaciones de todo su pueblo, la visión de Leruo tiene sus simpatizantes bafokeng patrióticos. Damaria Senne, por ejemplo. Damaria escribe un blog desde Johannesburgo, donde actualmente trabaja como periodista. Al conocer el anuncio de que en la *morafe* pronto se instalarían servicios de tecnología de la información –la "tribu" se "conectará", se publicará un boletín virtual y la agenda para el futuro incluye el gobierno electrónico (Royal Bafokeng

Nation, 2007: 13-14)–, la periodista comentó: "Estoy muy entusiasmada con el plan de la Real Nación Bafokeng de crear infraestructura de red y de ofrecer llamadas gratuitas por telefonía celular y acceso a Internet a bajo costo para la comunidad que considero mi hogar". El plan demostraba que las autoridades habían comprendido la importancia de "aferrarse a la esencia de lo que somos, aprender de nuestra tradición y nuestra cultura, y emplear cualquier recurso disponible para mejorar la vida de nuestra gente".[93] Y también la importancia de extender su etnociudadanía a la era cibernética.

"Nuestra gente". En la pregunta de quién se beneficia con "la riqueza de la etnonación" está implícita la pregunta previa de quién pertenece a ella. Como dijimos, la pertenencia se confiere por descendencia patrilineal o por inmigración, con permiso de los gobernantes o de la *morafe;* la lealtad al rei*no* se enfatiza por sobre cualquier otra cosa. Antes, el ingreso y el egreso eran medianamente fluidos y bastante frecuentes. Sin embargo, como ocurre con la constitución de la identidad como empresa en el resto del mundo, las fronteras de los bafokeng parecen suscitar una preocupación creciente. Para empezar, el rey mismo manifiesta impaciencia por "proteger y hacer valer las fronteras étnicas de la comunidad a fin de controlar su patrimonio" (Cook, s/f [b]); habla de la necesidad de controlar "el continuo ingreso de extranjeros" (Molotlegi, 2007c: 9). Pero también ha surgido cada vez con más fuerza la cuestión del alojamiento de los inmigrantes que llegaron al reino para trabajar en la industria minera. La mayoría de ellos, a los que se considera inequívocamente forasteros, son inquilinos que pagan un alquiler a familias locales, algunas de las cuales llegan a tener quince personas viviendo en su casa; otros son ocupantes que no pagan alquiler, a los que muchos bafokeng reprueban (Kriel, s/f, *passim*). A pesar de que sigue siendo posible integrarse a la etnonación por vías formales, el ingreso de extranjeros parece profundizar la demarcación de la identidad bafokeng.[94] Pero, puesto que la distribución de la etnorriqueza mantiene

93 Véase http://damariasenne.blogspot.com/2007/04/royal-bafokeng- nations-ict-plan.html, publicado el 17 de abril de 2007, consultada el 29 de agosto de 2007.

94 Kriel (s/f) subraya que el pueblo bafokeng es al mismo tiempo "inclusivo" y "excluyente" pero da a entender que sus fronteras están más abiertas de lo que sugiere Cook (s/f [b]). Sin embargo, sus datos indican que al rey lo inquieta, en efecto, el ingreso de "personas que no son bafokeng" (12); que los bafokeng a los que no les preocupa la presencia de extranjeros pueden ser justamente aquellos para los que los extranjeros son una fuente de ingreso (14); que los ocupantes que no pagan alquiler no sólo son mal recibidos sino que se los considera maleducados ("toscos"; 9); y que el tema parece provocar sentimientos encontrados en casi todo (*passim*).

hasta ahora su carácter comunal, esa demarcación tiene menos que ver con el ser individual que con la pertenencia, el derecho a la tierra, a los recursos sociales, a las instalaciones y demás. Todo indica que esos límites se profundizarán aun más a medida que se desarrolle la historia empresaria de Bafokeng Inc.

¿Qué falta en todo esto? Por lo menos en la superficie –a pesar de lo que dice Damaria Senne–, parecería que falta el elemento cultural de la identidad bafokeng. Con todo lo que se ha hablado del plan Vision 2020, de capital financiero y del ascenso estelar de Royal Bafokeng Inc., de guerra jurídica e inversión a largo plazo, la atención discursiva se dirigió sobre todo al aspecto empresario de las cosas. En los pocos momentos en que aparecían en el discurso los *sefokeng*, los estilos de vida vernáculos, o bien se los daba por sentados y, por lo tanto, quedaban tácitos, o bien se los enunciaba como valores muy generales, "chirles", que connotaban poco más que tropos como el "legado", la "comunidad" o la "riqueza humana"; la clase de significantes fáciles de captar en las representaciones logocéntricas de Enterprise IG sobre la identidad bafokeng. Últimamente, sin embargo, el discurso cultural ha sido mucho más profuso, y mucho más consciente. Lo mismo puede decirse de la práctica.

Lo más notable en ese sentido fue la entronización del rey Leruo en agosto de 2003, un momento ritual que celebró no sólo la inauguración de un nuevo reinado sino el ritual público bafokeng en sí mismo. En particular, la ritualización pública de Bafokeng Inc. La ceremonia no se propuso recapitular una idea osificada de la tradición. Al contrario: fue una fusión de elementos que evocaban una cultura *afromodernista* en construcción. La puesta en escena estuvo a cargo del vwv Group, una empresa de relaciones públicas de Johannesburgo que trabaja en la "industria de la comercialización y la comunicación experienciales" ("*Vendemos grandeza*" es su lema).[95] El contenido escenográfico, en parte inventado y en parte recopilado de una "tradición" históricamente mediada, fue poderosamente vernáculo. El aspecto corporativo de la fusión era evidente en todas partes: la ceremonia se llevó a cabo en el relativamente nuevo Palacio Deportivo Bafokeng, frente a un público de patrocinadores, socios comerciales y otras figuras importantes. Tuvo toda la parafernalia del lanzamiento de una nueva línea de productos, como flores y alimentos elaborados, que claramente no eran indígenas, en la sección preferencial, entre los que había

95 Véase http://www.bizcommunity.com/Company/196/82/100308.html, consultada el 30 de agosto de 2007.

esparcidas revistas de minería (Cook y Harding, s/f: 3-6): En cualquier otro lugar del mundo tsuana, el acontecimiento habría tenido lugar en la *kgotla* (corte) real. El monarca llevaba un traje oscuro sobre el que se hacía visible el lado vernáculo de las cosas: una piel de leopardo –símbolo crítico del rito, sobre cuyos orígenes coloniales Leruo nos había interrogado unos meses atrás–[96] le cubría todo el torso. De hecho, entró en el lugar de la ceremonia con la piel ya puesta, en lugar de hacer que su tío paterno de más edad le envolviera los hombros con ella en el numinoso clímax de la consagración, como se suele hacer entre los tsuana (cf. Gulbrandsen, 1995: 424). Más aun, ingresó en el estadio –era su primera aparición pública en la ceremonia– montando un carro tirado por un burro, para representar expresamente su condición de siervo de su pueblo. Hay muchos proverbios en setswana que aluden a la sumisión del gobernante a sus súbditos (entre ellos, *moja morago kgosi*, "el rey come último"; *kgosi ke mosadi wa morafe*, "el rey es la esposa de su país" y *kgosi ke kgosi ka morafe*, "el rey es rey por la gracia de su pueblo"). El acto de inauguración de Leruo, sobre todo a la luz de las capas de su vestimenta –enfatizada por una lanza, un escudo y un hacha– hizo visible su inscripción, en este día y a esta hora, en *sefokeng*, la cultura bafokeng contemporánea.

Cuando se dirigió al público –en particular, a su pueblo y a las personalidades que habían venido de las familias reales ashanti, sotho, suazi y zulú–, el rey Leruo les pidió a sus súbditos que "no abandonaran las tradiciones de sus antepasados" ni emularan a quienes "históricamente han denigrado nuestras costumbres". Habló de su pesar por el hecho de que no se alentara a los niños bafokeng "a conocer [su] cultura y [su] lengua" y de que, por su ignorancia, ellos "se burla[ran] de nuestras prácticas culturales". Ese discurso hace resonar cosas que ha dicho también en otros contextos, con las que puso de relieve la necesidad de buscar soluciones para los problemas del futuro en los "valores africanos", de apoyarse en las tecnologías del "gobierno tradicional" y de "reafirmar" el patrimonio bafokeng a medida que la *morafe* "avanza" hacia la era global de la afromodernidad (véase Gray, 2003: 14).[97] El discurso expresa también lo que Cook y Harding (s/f:

96 Eso ocurrió en una conversación informal durante un almuerzo en la casa del rey Leruo, en Fokeng, en julio de 2003; estaban presentes John Comaroff, Joshua Comaroff y Susan Cook.

97 En una vena similar, Susan Cook, en un correo electrónico que nos escribió en febrero de 2006, observó que, cuando se dirigió al Asantahene de Ghana en Fokeng, el rey Leruo habló reiterada y enfáticamente de la importancia de la cultura.

22, 16) describen como una "añoranza" de parte de las autoridades de la Real Nación Bafokeng "por un apego estético y afectivo [...] más auténtico" a "la cultura" y a "la conciencia colectiva". Nos gustaría "ver que nuestra cultura se promoviera más", les dijo a esos autores durante la visita de una delegación bafokeng al reino de Suazilandia, saturado de rituales (13). Quizá por eso, en la declaración de su misión de 2007, el consejo ejecutivo de la Real Nación Bafokeng prometió "*promover* continuamente *el respeto y el mejoramiento de nuestra cultura* y de nuestra autosuficiencia económica" (Royal Bafokeng Nation Executive Council, 2007: 4). El énfasis, que nosotros agregamos por escrito, estaba claramente puesto en *cultura*.

La madre del rey Leruo, Mme. Semane Molotlegi, la carismática y enérgica esposa del rey Lebone I, parece haber previsto algo de todo esto. En 1999, lanzó un proyecto bajo la consigna *Maikgantsho*, "Estamos orgullosos". Sus objetivos, según contó a la revista de minería *Enterprise*, eran estimular el compromiso de los bafokeng "con [su] cultura e historia", a fin de "impulsar el desarrollo de la comunidad", "crear empleo y oportunidades de generar pequeñas empresas", "promover el turismo y cosechar sus beneficios". Dicho de otro modo, poner en su lugar todos los elementos de la Etnicidad S.A. En un sentido pragmático, el proyecto consistía en dos "iniciativas", unidas por un "paseo por las aldeas artesanales". La más importante de las dos sería una "aldea histórica viviente", que ofrecería una "representación auténtica de la antigua granja de la familia real bafokeng"; ejemplos de arquitectura residencial vernácula; corrales en los que se exhibiría ganado de razas indígenas; jardines en los que crecerían, se almacenarían y elaborarían cultivos "tradicionales"; y un *patlelo*, un predio de la corte en el que habría canciones, bailes y poesía de alabanza. La otra iniciativa sería un "centro de servicios", rodeado de baobabs y diseñado como una zona de descanso, donde se venderían comidas y artesanías africanas, artículos tradicionales, libros y otros objetos culturales. El trayecto entre ambas zonas se haría por un camino pavimentado de un kilómetro de largo, que estaría salpicado de "aldeas", cada una de las cuales estaría especializada en una artesanía local que "emplearía métodos y materiales antiguos".[98]

De modo que Bafokeng Inc. se esfuerza por generar un sentido del ser cultural colectivo a fin de realizarse, de saldar la brecha entre lo comunal

98 "Taking pride in their heritage", *Enterprise* (suplemento), septiembre de 1999, p. 14. En el *Informe Kgotha Kgothe 2007* (Royal Bafokeng Nation, 2007: 32), el proyecto aparece en la sección de turismo. El artículo describe las iniciativas de un modo ligeramente distinto del de Mme. Molotlegi y dice que el plan estaba en la etapa de evaluación de pliegos en agosto de 2007.

y lo empresario, y de encontrar modos de darse un contenido "más denso", más tangible, más atractivo desde una perspectiva emocional. Eso se ha expresado, en parte, en llamados a recuperar lo perdido, a asegurar el futuro recurriendo al pasado. En parte, se manifiesta en una preocupación reciente: que la constitución de una identidad como empresa fundada únicamente en el capital financiero no basta, sino que plantea profundas preguntas existenciales; que la línea que separa la diferencia de la indiferencia es delgada como una telaraña. Por eso la invocación de "la historia y la cultura" satura la superficie discursiva de la vida pública aquí; por eso parece necesario, en palabras del nuevo Real Instituto Bafokeng, "consolidar la identidad nacional". La cuestión, queremos subrayar, no es que la monarquía bafokeng y sus gerentes de inversión pretendan revivir sin más las "antiguas" costumbres, para vestir a una empresa próspera con una apariencia africana tradicional. Tampoco se trata meramente de sostener la rentable tensión entre el etnocapital y las empresas corrientes. La cuestión es mucho más complicada, está mucho más cargada de afecto. Y su temporalidad es muy actual. "La tradición no es estática", dice Mme. Molotlegi. "Todos debemos adaptarnos".[99] A la era global, se refiere. La Era de la Afromodernidad, la Era de la Etnicidad S.A. No ha de sorprendernos que, en 2003, el rey Leruo –arquitecto graduado, y piloto, con una notable capacidad de mirar el mundo desde arriba– se acercara a otro arquitecto, un joven estadounidense con oficinas en Singapur, para trazar el plano de una nación "afromoderna"; específicamente, un plano que tomaría formas vernáculas y las introyectaría en un paisaje futurista, si fuera posible, reciclando desperdicios de las minas de platino. El joven estadounidense era nuestro hijo, Joshua Comaroff, quien había vivido el segundo año de su vida en una aldea tsuana justo al otro lado de la frontera.

La dialéctica que alienta en el corazón de la Etnicidad S.A. atraviesa a los san y a los bafokeng por igual, y se muestra con toda claridad. Cada uno de estos casos pone de manifiesto las siete dimensiones –mejor dicho, las seis más una– vislumbradas en los pueblos indígenas de América del Norte, aunque no precisamente en las mismas proporciones. Ni precisamente de la misma manera. i) En ambos casos, la pertenencia se ha definido según

99 Michael Dynes, "Platinum king's riches reconcile old and new traditions", *Times Online*, 16 de agosto de 2003; http://www.timesonline.co.uk/tol/news/world/article873733.ece, consultada el 20 de agosto de 2007.

criterios genealógicos en primera instancia, y hay cierto grado de disputa en cuanto al ser, al pertenecer y a las fronteras, ya sea evidente o inminente. (ii) En ambos casos, el comercio ha tenido un papel fundamental para cristalizar o reproducir las entidades sociológicas ("pueblo", "nación", "comunidad") en las que se presume inherente la identidad cultural; es decir, en su etnogénesis o su etnorregeneración. (iii) En ambos casos, el capital y los conocimientos jurídicos externos han sido cruciales para conjurar la existencia de la entidad como empresa, para animarla, y para investir de valor la diferencia en la que se funda. (iv) En ambos casos, los procesos de constitución como empresa se desarrollaron por mandato, retórico y jurídico, apelando a esa diferencia pero, como vemos en el caso de los bafokeng, no necesariamente se originaron en su *contenido* cultural. (v) En ambos casos, los pueblos afirmaron su soberanía contra el Estado y llevaron el reclamo a los tribunales o amenazaron con hacerlo. (vi) Y en ambos casos, el territorio –el esfuerzo por poseerlo y protegerlo, por recuperarlo y controlarlo– ha sido crítico para establecer una economía de la identidad, para sentar sus bases materiales, jurídicas, políticas y afectivas, y para interpolarlas en el pasado a fin de reivindicar los derechos a un futuro.

Observemos también, con respecto a esas seis dimensiones, la importancia que tuvo el desplazamiento de lo político al terreno de lo jurídico. Los san y los bafokeng dieron muchas de sus batallas por medio de la guerra jurídica, sin creer demasiado –como alguna vez podrían haber creído, y los bafokeng lo hicieron– en la representación de las autoridades legislativas, burocráticas o ejecutivas convencionales. Justamente, algunas de sus luchas judiciales más encarnizadas han sido contra esas mismas autoridades. Más aun, fue en el transcurso de esas luchas, llevadas adelante en los intersticios del agravio, la propiedad intelectual y la ley constitucional, que cobró forma su identidad empresaria. También en ese proceso, cada grupo naturalizó, sin necesariamente ser consciente de ello, el tropo de la identidad en torno a la cual coagularon sus derechos. Ese fenómeno es particularmente llamativo en el caso de los san. Podría decirse que los efectos bioquímicos de la *Hoodia gordonii* no han sido en absoluto descubiertos por "*los* san" –de quienes no sabemos si existían en aquella época– sino por cazadores del Kalahari, una clase alguna vez definida, si se nos permite usar categorías tan pasadas de moda, por su relación con un modo de producción. La proyección de un derecho inherente como propiedad intelectual (¿"copyright natural"? *¿Koporaet?*) en "los san", una "comunidad" supuestamente primordial, ha tenido el efecto de *ex*tinguir una clase de productores al *dis*tinguir una identidad cultural, y no por casualidad, puesto que lo hace otorgándole una primacía ontológica a la idea misma de iden-

tidad. Así, para reiterar, la ID-ología se cubre de un sentido neoliberal de lo natural, lo ineluctable, lo legítimo. Y de la propiedad privada como hecho elemental del ser, individual y colectivo.

Lo que nos lleva a la séptima dimensión de la Etnicidad S.A.: la dialéctica misma.

Nuestra "Historia de dos etnicidades" demuestra cómo y por qué la Etnicidad S.A. descansa en un contrapunto entre la constitución de la identidad como empresa y la transformación de la cultura en mercancía. Ya sea que empiece por la constitución de la identidad como empresa –como en el caso de los bafokeng– o con la transformación de la propiedad cultural en mercancía –como en el caso de los san–, el proceso parece mostrar un impulso por completarse en el otro aspecto. Es así que una población abigarrada de "bosquimanos", dispersa al punto de un etnocidio avanzado, se ha convertido en "el pueblo san", colmado de la percepción de su propia etnosociología, de su propia voluntad de gobierno y de sus propias instituciones. Es así que la Real Nación Bafokeng, una *morafe* en la que se percibe la falta de una cultura pública a la altura de su ser-político-económico-en-el-mundo, se (re)torna a lo vernáculo en busca de una modernidad africana que habitar. No sorprende ninguna de las dos cosas. Al fin y al cabo, la Etnicidad S.A., en tanto apoya el reclamo de derechos "inherentes" e intereses "naturales" en la soberanía de la diferencia, exige tanto la constitución de la identidad como empresa, como algún tipo de sustancia cultural para realizarse, reconocerse y consumarse. En ese sentido, es una verdadera tautología: sin la primera, carecería de una materialidad soberana; sin la segunda, sería indistinguible de ninguna otra clase de empresa.

Eso es exactamente lo que vislumbramos entre los pueblos indígenas de América del Norte. Allí, al igual que en el sur de África, la Etnicidad S.A. suele empezar, materialmente, con la tierra, para expresarse luego en reivindicaciones de soberanía, que, a su vez, se utilizan para asegurar derechos sobre propiedad cultural y para expandir los medios de acumulación de capital, a fin de invertir en el futuro. En efecto, el futuro de la etnicidad, como concluyó Contralesa en 2000 (véase más arriba, páginas 18-19), parece radicar en la promesa milenaria de los etnofuturos. Pero sólo cuando se unen los dos aspectos de la etnicidad-empresa, la Etnicidad S.A., cuando se encuentran lo empresario y lo cultural bajo el signo de la mercancía, esos futuros se perfilan con toda claridad como un *telos* para el porvenir. El plan Vision 2020, como la visión 20/20, es bifocal; por eso, los san y los bafokeng procuran que su identidad empresaria y cultural sea *manifiestamente* indivisible. Al mismo tiempo, dado que la dialéctica permanece siempre abierta, siempre indeterminada, jamás del todo completa, no to-

das las poblaciones que se definen por la etnicidad se ven envueltas en ella en la misma medida. Incluso cuando están profundamente inmersas en ella, como los san y los bafokeng, no todos tienen por qué estar igualmente incluidos en el proceso. Ni siquiera tienen por qué estar todos incluidos. No es necesario que todos "se suban al tren" ni quieran ver "la comunidad [como] una empresa". Tampoco tienen por qué imaginar "la empresa" exactamente de la misma manera: así como Bafokeng Inc. está compuesta por una serie de empresas gestionadas por ejecutivos bajo la autoridad jerárquica de la monarquía, los san aspiran a un tipo de empresa que refleje los patrones vernáculos de participación masiva y responsabilidad compartida. En última instancia, esas cosas se definen tanto por las exigencias irrefrenables de la historia, por sus excepciones, excesos y externalidades, como por sus fuerzas más poderosas y monolíticas.

5
Nacionalidad S.A., Divinidad S.A. y otros posibles futuros

> La otrora escandalosa tesis de Marx de que los gobiernos son meros agentes de negocios del capital internacional es en la actualidad un hecho evidente tanto para los "liberales" como para los "socialistas". La identificación total de la política con la administración del capital ya no es un secreto vergonzoso que se oculta bajo las "formas" de la democracia: es una verdad declarada sin tapujos mediante la cual nuestros gobiernos adquieren legitimidad.
>
> **Jacques Rancière** (1999:113)

Como hemos dicho, la etnicidad-empresa, la Etnicidad S.A., tiene antiguas raíces, muchos antecedentes y unas pocas encarnaciones imprevistas, tanto en el pasado como en el presente. Probablemente, su avatar más evidente sea el Estado-nación europeo moderno. Para dar un ejemplo, Weber (1968: 392) pensaba que la filiación étnica y la nacional eran "artefactos políticos" similares e igualmente sospechosos desde el punto de vista conceptual (cf. Bayart, 2005: 35). Al menos idealmente, la institución política híbrida que era el Estado-nación abarcaba el *Geist* de un pueblo, lo amalgamaba en una unidad cultural indivisible bajo el "inmenso arco" de un gobierno constituido (cf. Corrigan y Sayer, 1985), aunque la sangre que lo alimentaba provenía de lazos afectivos que se expresaban prácticamente en los mismos términos que los de la etnicidad, a saber, el lenguaje de la genealogía y la ficción de la nación-como-familia (Weber, 1968: 925; Smith, 1986: 21; Jusdanis, 1998; Povinelli, 2006: 197). Se domesticaba la diferencia, se la encarrilaba para mantenerla bajo ese gran arco, por medio del lenguaje jurídico-racionalista de la ciudadanía universal, la democracia liberal y el arte ilustrado de gobernar (Broch-Due, 2005: 13). En los últimos tiempos, ese imaginario –muy fuerte en Europa, con sus poderosas metrópolis, y más endeble en otras regiones– ha sido intensamente cuestionado (supra, p. 78). Entre otros factores, ha sufrido el desgaste de reclamos hechos en nombre

de la identidad, reivindicaciones que ponen en entredicho la pretensión de un bienestar común investido por la homogeneidad cultural y la ascendencia cívica común. Es un fenómeno acompañado por un auge renovado del "etnonacionalismo" en todo el mundo (Hobsbawm, 1992: 4; Connor, 1994; Offe, 1993; Tambiah, 1996), una visión del ser político que no se fundamenta en la ciudadanía universal ni en un contrato social sino en la adscripción, la particularidad cultural y la esencia compartida. Desde el punto de vista de la democracia liberal, se lo ha descrito desde hace mucho tiempo como un principio primitivo e irracional en la formación de estados, una suerte de atavismo "premoderno" u "oriental" (Plamenatz, 1976).[1] Sin embargo, parecería que en estos momentos invadiera progresivamente el campo del nacionalismo cívico haciendo que la cultura de los grupos autóctonos dominantes represente –*pars pro toto*– el ser colectivo de poblaciones cada vez más heterodoxas y fragmentadas. En pocas palabras, en la medida en que el etnonacionalismo se va transformando en un rasgo común de los tiempos neoliberales y se insinúa en el corazón mismo del Estado-nación liberal, promueve la proyección de la Etnicidad S.A. a un plano más vasto, dando origen a algo que podríamos llamar la Nacionalidad S.A. Arqueológicamente, la institución política modernista se construyó sobre el doble cimiento de la homogeneidad cultural y el gobierno constituido, y ese hecho la predispuso a los fenómenos que hemos descrito. Con todo, el galopante proceso de crear marcas a partir del legado cultural, su interpretación como propiedad enajenable y la destilación creciente de la nación y del Estado en el vocabulario de las empresas comerciales imprimen a esta Nacionalidad S.A. un giro netamente contemporáneo. De hecho, constituyen una ventana abierta que nos permite ver en qué se van transformando el Estado y la nación –y su compuesto, el Estado-nación– en la Nueva Era del Capital.

ARTEFACTOS POLÍTICOS Y PERSONAS VIRTUALES: EL AUGE DEL MERCANTILISMO CORPORATIVO

Permítasenos, no obstante, volver un paso atrás. O, mejor, dar varios pasos hacia atrás y hacia delante en el terreno del pasado y el presente colectivos de la nacionalidad constituida como persona jurídica.

1 Yiftachel (2006) argumenta que, en el caso de Israel, el etnonacionalismo es una forma específica de gobierno colonial propio de la modernidad tardía, forma que él subsume bajo el término de "etnocracia".

El vocablo inglés *corporation* –que remite a una entidad que, como mínimo "está integrada por un número de [personas] [...] autorizadas por la ley para actuar como un único individuo, una persona artificial" (Oxford University Press, 1971, 1: 563)– se refiere a una forma elemental de asociación humana que, a lo largo de los siglos, ha adoptado muchos ropajes y ha servido diversos fines políticos, religiosos y económicos. Surgida de un artificio jurídico que transforma grupos sociales en personas de ficción, se alimenta de una provechosa abstracción: es una suerte de fetiche carente de cuerpo carnal, pero actúa en el mundo y persigue sus intereses como si fuera un ser con identidad, derechos y rango jurídico propios. Así, se ha conseguido desde hace mucho que se le atribuyeran cualidades asombrosas, una vida "ilimitada" y una verdadera hueste de poderes monstruosos, casi mágicos.[2] Las corporaciones pueden "vivir eternamente" dice Bleifuss (1998). "No sienten dolor, [...] no necesitan aire puro para respirar ni agua potable para beber ni alimentos sanos para comer. Su único objetivo es crecer y hacerse más poderosas." Adoptan formas como si fueran en muchos aspectos de carne y hueso, y así tienen la capacidad de actuar como estados –pueden gobernar, saquear y obtener ganancias– prácticamente sin verse obligadas a rendir cuentas ni aceptar restricciones.

En el Imperio Romano, el Estado creaba corporaciones o entidades colectivas con fines específicos, en las cuales los participantes invertían fondos privados. Con algunas modificaciones germánicas posteriores, ése fue el modelo de la ley canónica que constituyó la iglesia medieval en cuanto estructura colegiada: un cuerpo que era más que la suma de sus miembros y que podía proseguir existiendo aunque alguno de ellos falleciese o, incluso, cuando todos desaparecieran. Antes del siglo XVII, las corporaciones europeas eran entidades sin fines de lucro que tenían el cometido de construir

2 De ahí que Adam Smith (1904) condenara las sociedades por acciones porque impedían artificialmente el funcionamiento del libre mercado: en *La riqueza de las naciones* (libro 1, capítulo 7, párrafo 28) clama contra "los privilegios exclusivos de las corporaciones" para elevar los precios del mercado por encima de su nivel "natural" y, por consiguiente, para disminuir la "opulencia pública" (véase también la nota del responsable de la edición, párrafo 1.16). Otros teóricos más modernos tienen opiniones igualmente virulentas: hay quienes califican a las corporaciones de ser "entes [...] que están más allá del poderío de cualquier individuo y de ningún otro tipo de organización en la historia humana" (Brown, 2003); hay otros, como Noam Chomsky (2000: 47), que se atienen a lo dicho por John Dewey, quien las veía como una forma de "poder privado" que socava la democracia y la libertad; y hay un último grupo que coincide con Ambrose Bierce en su *Diccionario del diablo* (1911) y las define como "un artefacto ingenioso para obtener provecho individual sin responsabilidad individual".

instituciones –hospitales, por ejemplo– destinadas al bien común (Korten, 1996; Bleifuss, 1998). Sus avatares modernos, las empresas por acciones, tomaron esos principios para crear una suerte de "seudo-gobierno" (Pomeranz, 2000) y los monarcas de la época mercantilista las autorizaron a reunir capital, contratar mercenarios y lanzar campañas imperiales que iban mucho más allá del alcance de los actores individuales, incluso de los gobiernos. Recordemos las Compañías de las Indias Orientales británicas, francesas y holandesas, o las compañías que explotaban la bahía del río Hudson o del Massachusetts, esos otros "leviatanes" que colonizaron América del Norte facilitando así el nacimiento del Estado y del imperio en su forma moderna (Kelly, 1999). Eran emprendimientos privados que presuntamente actuaban en beneficio del interés nacional, pero, de hecho, el reparto del poder y del botín entre la nación y el capital empresario ha sido desde tiempos inmemoriales un tema de controversia moral y política. Si bien en la última parte del siglo XIX las instituciones políticas europeas se inclinaban por administrar sin intermediarios sus posesiones coloniales –que en ese momento ya eran casi exclusivamente empresas con fines de lucro–, también les otorgaban considerable autonomía jurídica, permitiéndoles definir sus objetivos, limitando la responsabilidad de los accionistas y trasladando el control que se ejercía sobre ellos del gobierno a los tribunales. La ironía de todas estas disposiciones radica en que la protección otorgada por la decimocuarta enmienda de la Constitución de los Estados Unidos a la empresa moderna garantiza que "ningún Estado puede privar a una persona de su vida, libertad o propiedad sin el debido proceso". Esa cláusula, adoptada en su origen para proteger a los esclavos emancipados en el Sur hostil, terminó aplicándose a las empresas: en un dictamen histórico pronunciado en California en 1886,[3] la judicatura definió las corporaciones como "personas", reduciendo así sus obligaciones tributarias a las

3 *Santa Clara County v. Southern Pacific Railroad*, 118 US 394 (1886). Se considera que este caso, surgido de una ley de California que aplicaba impuestos a los propietarios de ferrocarriles, constituye un punto de inflexión en la extensión de los derechos constitucionales a las personas jurídicas. Si bien el tribunal no se pronunció jamás sobre la extensión de esos derechos a las empresas ferrocarrileras, una declaración de Waite, presidente de la Corte Suprema, habría de influenciar las decisiones jurídicas posteriores: "El tribunal no quiere escuchar argumentos sobre si la norma de la decimocuarta enmienda a la Constitución, que prohíbe al Estado negar a cualquier personas dentro de su jurisdicción la protección igualitaria de las leyes, se aplica también a estas corporaciones. Todos tenemos la opinión de que sí se aplica." Esa declaración está registrada en el resumen de la sentencia y en la historia del caso antes del dictamen, pero no forma parte del dictamen mismo.

de los individuos. También eliminó de cuajo una cantidad de reglamentaciones que ponían límites al accionar de las empresas.[4]

En las décadas posteriores, se hicieron esfuerzos para anular esas medidas. Por ejemplo, cuando la crisis económica de la década de 1930 dio un mentís al evangelio del *laissez-faire*, los tribunales estadounidenses revocaron la aplicación de la enmienda que eximía a las empresas de las regulaciones gubernamentales. Y al hacerlo, subrayaron que la Constitución se ocupaba de proteger la libertad de los ciudadanos y no la libertad contractual.[5] Diversas luchas de los trabajadores y la instauración del Estado de bienestar también contribuyeron a hacer que las empresas asumieran responsabilidades y rindieran cuentas con respecto al bien común. Con todo, conservaron los derechos que les otorgaba la Primera Enmienda como personas jurídicas. Su autonomía se vio reforzada a fines del siglo XX con el auge del neoliberalismo, que promovía la tercerización de las funciones del Estado para ponerlas en manos privadas. Toda esa política insufló nueva vida al primitivo papel de las corporaciones, que se hicieron cargo de hospitales y de cárceles e, incluso, de acciones de guerra, aunque con móviles mucho más francos de beneficio privado. Además, en una época en que la acción empresaria comienza a dominar la actividad humana, su *modus operandi* se imita en todo el espectro social: en las iglesias, las instituciones de caridad, las asociaciones de voluntarios, las organizaciones no gubernamentales, los movimientos sociales y el propio gobierno. Comenta Susan Silbey al respecto: "La persona virtual original es el actor posmoderno por excelencia".[6]

Desde luego, los estados democráticos liberales y las autoridades cívicas han comprendido hace mucho también que *ellos mismos* son corporaciones en un sentido mucho más amplio, situación que se refleja en la frecuencia con que se usa este último término para hablar de las municipalidades (Willcock, 1827). Tal es el uso todavía en el Reino Unido y en la India. Ya a principios del siglo XIX, los evangelistas ingleses –representantes de misiones civilizadoras en África, Asia y otros lugares del globo– solían referirse colectivamente a los países del norte como un "cuerpo de naciones constituidas jurídicamente" [*corporate nations*] (Comaroff y Comaroff, 1992: 122). Más aun, pese a tener instituciones diferentes, una

4 Véanse Bleifuss (1998) y Korten (1996); también "A short history of corporations", *New Internationalist*, julio de 2002; http://findarticles.com/p/articles/mi_moJQP/is_2002_July/ai_89148684, consultada el 7 de agosto de 2007.

5 Véase *West Coast Hotel Co. v. Parrish*, 300 US 379 (1937).

6 Sobrecubierta de Westbrook (2007).

lógica distinta y personal también diferente, la dimensión política y económica de ese conglomerado corporativo era difícil de separar pues había una colaboración estrecha entre el Estado y el capital, los intereses públicos y los privados e, incluso, superposición entre ellos. El colonialismo, proyecto nacionalista gubernamental y fiscal a la vez, fue desde su comienzo hasta su fin, desde su génesis hasta su apocalipsis, nada más y nada menos que esa colaboración. Puede ser que el mercantilismo haya declinado cuando surgieron los estados europeos modernos y la hegemonía del *laissez faire*. Sin embargo, para los imperios del siglo XIX tardío, la protección de su propia economía y el empeño por establecer esferas de influencia en todo el mundo fue un móvil fundamental. Contra lo que se podría pensar tal vez intuitivamente, la doctrina clásica del libre comercio también puso a prueba la ventaja absoluta de la especialización, incluso de la especialización nacional. Larga es la historia, por ejemplo, del vino *portugués* o de los tejidos *ingleses*. Lo mismo ocurrió con las "empresas insignia", firmas que producen y proveen artículos "emblemáticos" que llevan la imagen y el imprimátur del país de origen.

Desde los comienzos, entonces, las instituciones políticas europeas modernas procuraron imponer su sello y comercializar su exclusividad, su esencia encarnada en objetos utilitarios y estéticos. Y también procuraron sacar provecho económico de estas actividades. A la larga, la champaña francesa, la grapa italiana, los autos alemanes, los quesos, chocolates, relojes y cuchillos suizos, la porcelana... inglesa –entre tantos otros objetos– se han transformado en productos *nacionales*. Y en productos que generan nacionalidad. Entretanto, el proteccionismo –denominado por algunos "mercantilismo corporativo" (Chomsky, 2000: 156)– continúa permeando la economía global neoliberal forjando alianzas entre empresas y gobiernos. También ha creado zonas de ventajas competitivas, entre ellas la Unión Europea y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (más conocido por su sigla en inglés, NAFTA). Un síntoma de este mercantilismo moderno de nuevo cuño es el hecho de que muchos productos nacionales llevan ahora marcas comerciales que impiden que otros usen su nombre, aun cuando esos nombres sean ya genéricos. El champán que no se produce en Francia debe venderse ahora con logotipos menos atractivos, con la brutal frase descriptiva "vino efervescente". La política francesa no ha quedado sin respuesta. El proteccionismo galo ha azuzado el ingenio patriótico de otros que luchan por su participación en el mercado: los viñateros sudafricanos, por ejemplo, han creado el *Method Cap Classique*, romántica referencia criptonacional al más bello de sus cabos, el de Buena Esperanza. También han lanzado al mercado un *vino tinto común* que lleva el nombre

Goats Do Roam y se las han arreglado para defender esa marca contra las demandas de los indignados productores de *Côte du Rhone*.* El característico sentido del humor del que han hecho gala, es algo más cáustico que su vino.

Las luchas por productos con una impronta cultural que tienen marca comercial han terminado a veces en verdaderas batallas jurídicas entre las naciones. Así, en 2004, Etiopía y Brasil trabaron combate por un grano de café de bajo contenido en cafeína que, según se dice, promete enormes ganancias, incluso más que la hoodia. Los etíopes argumentaban que esa planta fue hallada por primera vez en sus tierras y recordaron al mundo entero que el café comercial se originó en la región de Kaffa, al sudeste del país, de donde proviene su nombre. Por su parte, Brasil, con su célebre "cultura cafetalera" defendía sus derechos porque había descubierto las propiedades químicas de esa última variedad y había puesto en marcha la maquinaria de su desarrollo para el mercado.[7] Se trata de una nueva versión de la problemática cuestión del patentamiento y también de las tensiones entre los derechos heredados y los que corresponden a la innovación. Es significativo que tanto Etiopía como Brasil entendieran que los derechos que los asistían en el caso de esa bebida con marca no eran meramente un modo de aportar fondos al tesoro nacional sino también de reafirmar su nacionalidad. Semejante actitud parece un tanto alejada de los hechos, pues los granos de café en cuestión fueron recogidos por primera vez por una misión científica de la ONU en 1964-1965, y luego se enviaron "reproducciones" a Etiopía, India, Portugal, Tanzania y Costa Rica, país del cual Brasil obtuvo sus propias semillas en 1973. Además, el "descubrimiento" brasileño de las propiedades de la planta fue obra de un individuo, un tal Paulo Mazzafera de la Universidad del Estado de Campinas.[8] Pese a todo lo dicho, la contienda por su posesión como propiedad intelectual fue una lucha entre dos estados-nación que proclamaban su exclusividad. Que sepamos, el litigio no ha sido resuelto aún.

* Juego de palabras. El *Côte du Rhone* es un célebre vino de calidad fabricado con cepas de los viñedos del Ródano. La marca inventada por los sudafricanos *Goats Do Roam* [las cabras deambulan] suena bastante parecido para un oído no francófono. [N. de las T.]

7 "Storm in a coffee cup", *Knowledge for Development*, 15 de julio de 2004; http://scidev.net/en/news/storm-in-a-coffee-cup.html, consultada el 12 de octubre de 2007. Véase también David Brough y Reese Ewing, "Decaf coffee find brews into ownership spat", *Reuters New Wire*, 13 de julio de 2004. La información se publicó en diversos lugares.

8 Véase "Decaf coffee find brews into ownership spat".

LA CREACIÓN DE MARCAS QUE IDENTIFICAN UNA NACIÓN: DESDE MAQUIAVELO HASTA MILTON FRIEDMAN

En los últimos tiempos, muchos estados-nación han creado marcas formales no sólo para sus mercancías "emblemáticas" sino para sí mismos. La creación de marcas que identifican naciones se está transformando en una práctica aceptada globalmente, que cuenta con una comunidad de teóricos, consultores y medios a su servicio. Simon Anholt, "experto en *cosmética de imagen para los estados-nación*", ha definido no hace mucho la creación de marcas-nación como "la identidad nacional al servicio de una mayor competitividad".[9] Un ejemplo particularmente notable es el de Argentina, país que registró una nueva marca nacional en 2006.[10] Diseñado por Guillermo Brea, profesor de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de Buenos Aires, el logotipo está formado por tres ondas horizontales de color azul y negro que se entrecruzan y parten de un mismo punto de origen. Ideado explícitamente para permitir "múltiples interpretaciones", pretende evocar el cambio histórico y social, la sensualidad del tango, además de "energía, fuerza, felicidad, pasión y vitalidad". Su autor, que ocupa la "cátedra de identidad institucional", comenta al respecto:

> Marca País [...] será un objeto de propiedad de un grupo diferente y heterogéneo integrado por millones de personas a quienes se debe dar representatividad, aludiendo levemente a aspectos tan sensibles como la noción de nacionalidad. Debe funcionar con igual eficacia en el entorno local y en el extranjero, procurando la integración y la unidad dentro de la diversidad. Responde a factores racionales y emocionales, y fluctúa entre lo que se ambiciona y [lo que] existe.
>
> La [...] Marca País fue desarrollada tratando de sintetizar los principales atributos que constituyen nuestra identidad como país y armonizarlos con las exigencias que imponen las marcas [...]. Siguiendo estos principios, se ideó un signo multivalente [que] partió de una visión

9 "Problem with your country's image? Mr. Anholt can help", *Guardian*, 11 de noviembre de 2006, pp. 1-2 (las bastardillas son nuestras).

10 Este pasaje, incluido el fragmento citado *in extenso*, es un extracto de Corporate Identity Documentation, revista de la web "para diseñadores interesados en la creación de marcas y en la identidad corporativa". Véase http://www.cidoc.net, bajo el título "Argentina National Brand", 30 de julio de 2006, consultada el 8 de agosto de 2006. Se cita a Guillermo Brea como fuente de la información, pero también figura la firma de Robert Salzmer.

no esencialista de la identidad, [la cual supone que] la identidad se construye dinámicamente.

[...] Por consiguiente, concebimos la noción de la identidad argentina como un mosaico, como una yuxtaposición de hechos y figuras, como un producto sintético de lo múltiple y lo diverso en una dialéctica permanente. Es la marca de un país joven, cuya identidad está en un burbujeante proceso de construcción y se proyecta hacia el futuro. [...] Moviliza identificaciones nacionales. Es un logotipo simple, donde lo comercial y lo turístico están en equilibrio, así como la abstracción global y su proximidad local. Avanza entre la sobriedad y el júbilo, entre la expresividad y la reserva, entre lo moderno y lo conservador, aunando las raíces sudamericanas con la reproducción europea.

Argentina como marca reúne en una síntesis explícita muchos de los signos diacríticos y también muchas de las contradicciones de la Etnicidad S.A. y las proyecta en la constitución de la nación como persona jurídica. En primer lugar, su móvil consiste en hacer de la nacionalidad un objeto de "propiedad" para esos "millones de personas" que comparten a través de la marca una "identificación emocional". En segundo lugar, la sustancia de esa identidad no es algo forjado por los propios ciudadanos y para ellos. La intención del logotipo también es el intercambio "comercial" con el "turista", como si Argentina se reconociera a sí misma y determinara su lugar en el mundo en la interacción entre el aquí y los otros lugares. En tercer lugar, el logo parte de las "raíces sudamericanas", de algo *esencialmente* indígena, aunque con "una visión no esencialista" del ser: en la coexistencia productiva –es decir, en la interacción de la biosustancia y la elección– de lo que somos (lo que "existe") y lo que, en una "burbujeante [...] construcción", podemos llegar a ser; se apoya en el pasado y en el futuro de un modo que recuerda a Vision 2020. En cuarto lugar, avanza en una "dialéctica permanente" entre la "abstracción global" y el "entorno local", entre lo universal y lo particular, lo cosmopolita y lo exótico, y lo hace interpolando su particularidad en un material planetario y una economía moral bajo el "signo multivalente" de su marca nacional, reivindicación y garantía de su propiedad cultural. En quinto lugar, juega intensamente con la contraposición, en el núcleo mismo de su identidad, de lo "racional" ("reserva", "sobriedad") y lo afectivo ("identificación emocional", "júbilo"). Por último, el fragmento está saturado de un espíritu emprendedor, colectivo e individual a la vez.

Al propio tiempo, la identidad en cuestión se fundamenta casi explícitamente en un carácter nacional heterogéneo, en el reconocimiento de

diferencias irreductibles en el seno del país, y por esa razón hablar de la Nacionalidad S.A. no es lo mismo que hablar de la Etnicidad S.A., cuya escala más abarcadora queda a la vista. De hecho, aunque el texto no lo diga precisamente en estos términos, el emprendimiento supone la naturaleza policultural de la Argentina. De ahí la imagen de la "identidad argentina como un mosaico", como un "producto sintético de lo múltiple y lo diverso", como la realización de la "unidad dentro de la diversidad", nociones que se reflejan todas metonímicamente en el concepto de "Marca País".

El caso argentino es emblemático en algún sentido: del modelo emergente de país-como-empresa, la marca identitaria se forjó en la intersección del ámbito de los negocios, el gobierno, la academia y la sociedad civil. *Prima facie*, parecería que, fuera de los grandes cosmopolos del norte, el "tipo" se manifiesta más visiblemente en los estados-nación que, (i) aunque se pintan en algunos aspectos como exóticos y/o marginales, (ii) tienen una economía capitalista bastante sólida y (iii) procuran transformar su diferencia en mercancía construyendo un nicho de mercado en derredor. Un ejemplo muy ilustrativo de lo que decimos, casi tan notable como el argentino, es la iniciativa sudafricana de la revista *Design Indaba*, propuesta en 2005. Con el título, en mayúsculas, *BRAND THE BELOVED COUNTRY* [una marca para el amado país] –evocación algo banal de la novela contra el apartheid escrita por Alan Paton en la década de 1940–, la revista encargó a "tres agencias de diseño de primera línea que se pusieran a trabajar acerca de la Marca Sudáfrica *y su premisa de 'libertad real'*" [las bastardillas son nuestras].[11] Ese "trabajo de amor", como se lo proclamaba, incorporaba la poscolonialidad como parte de su imagen como mercancía, haciendo hincapié en lo que había logrado la democracia posterior al apartheid. Como el ejemplo sudamericano anterior, la propuesta fusionaba lo afectivo y lo racional, lo abstracto y lo concreto, las raíces genéticas y la negación del esencialismo, y saturaba todo el conjunto con el espíritu de empresa. Todo ello en un momento en que, como ya hemos dicho, la venta de cultura iba sustituyendo a la anticuada venta de mano de obra, cuando se discutía con pasión sobre un posible boicot a las tiendas que vendían baratos artículos chinos importados, cuando muchos productos y servicios –entre ellos el turismo (Mathers y Landau, 2007)– empezaban a portar la leyenda "Orgullosamente sudafricano".

11 Véase "Brand the beloved country. A Design Indaba project", *Design Indaba*, News, 2005; véase http://www.designindabamag.com/2006/2nd/brand_the_beloved_country.htm.

El objetivo de esa iniciativa, evidentemente, era promover el país, sus mercaderías y sus valores ante todo tipo de consumidores: los propios ciudadanos y los extranjeros. Sin embargo, la iniciativa implica un cambio notable en la concepción misma de la nacionalidad, cambio en el cual el bien común se coagula en la marca y en *su* éxito o fracaso. Ese cambio se ejemplifica descarnadamente en la suerte política del ciudadano más polémico de Sudáfrica, Jacob Zuma, ex vicepresidente y candidato a la presidencia en 2008. Se trata de una persona que divide a la población: si bien es muy popular en algunas zonas, fue acusado de violación y luego absuelto, y puede ser que aún lo sometan a juicio por corrupción. Entretanto, ha conseguido alejar a mucha gente por las presuntas declaraciones sexistas y homofóbicas que hizo –a menudo en nombre de la "cultura"– y su displicente actuación frente a la pandemia de VIH/SIDA. Tal es el telón de fondo de una reunión de expertos de diversas creencias ideológicas que se llevó a cabo en enero de 2007 para debatir sobre el futuro del buen gobierno en Sudáfrica. Como lo hicieron los medios, ese panel consideró que bien podría eliminarse a Zuma de la carrera por la presidencia. No porque fuera una figura que polarizaba y dividía el electorado sino por "el perjuicio que su reputación acarrearía a la *Marca Sudáfrica* en todo el continente africano y el escenario internacional".[12] Muy probablemente, utilizando un estilo de lenguaje más antiguo, ese comentario pudo haberse formulado de otra manera: [que su candidatura] "podía afectar negativamente la reputación del país". Nada más. La elipsis que figura en bastardillas manifiesta la reducción *ontológica* del Estado-nación *per se* a una empresa, una especie de sucursal bancaria en el mundo del capital global, la "Marca Sudáfrica". En esa economía semántica, la diferencia es valor agregado. Pero no puede diferenciarse demasiado de los prototipos digeribles. Hasta ahora, Sudáfrica –marginada otrora– se ha transformado en una combinación sumamente atractiva de exotismo estético, complejidad técnica y redención política. Ha encontrado un nicho de mercado para esa idiosincrasia y, por el momento, procura ser un puerto seguro para las inversiones. Dentro de este cuadro, las travesuras de Jacob Zuma son una incómoda señal de mal augurio: por un lado, evocan los espectros de un legado autoritario aún latente; por el otro, nos recuerdan que lo exótico puede ser realmente inmanejable. Las dos cosas son desfavorables para los negocios que se llevan a cabo bajo el ubicuo estandarte de Sudáfrica S.A.

12 Véase Brendan Boyle, "Leadership endgame destined for stalemate", *Sunday Times*, 7 de enero de 2007, pp. 15-16.

Es posible que la nación modernista siempre haya sido una marca en proceso de construcción, que siempre haya habido vetas inmanentes e inminentes que apuntaban a su constitución como empresa. Pero lo es cada vez más explícitamente, de manera más rotunda ahora que el lenguaje del etnonacionalismo impregna el núcleo existencial del ser cívico, incluso en el centro de Europa. Este auge de la nacionalidad-empresa, la Nacionalidad S.A., ha tenido algunas consecuencias extrañas. Como muestra, basta la brillante caricatura ficcional que hizo Jonathan Franzen en *The corrections* (2001) de la pesadilla –para algunos tal vez el nirvana– neoliberal de Lituania, producto de la transferencia de competencias del gobierno central a los gobiernos regionales. La trama argumental tiene dos momentos especialmente memorables. En uno de ellos, el Banco de Lituania es absorbido a través de una bizantina serie de transacciones por una empresa financiera suburbana de Atlanta, Georgia, la cual toma la decisión de liquidar las reservas en moneda fuerte que tiene el país, destruyendo de paso la economía nacional, con el objeto de cubrir pérdidas producidas por el lanzamiento de una tarjeta de crédito (112-113). En otro momento para el recuerdo, ante la presión del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, una venerable organización política democrática se transforma en la empresa Partido del Libre Mercado y, apenas, cuenta con suficientes votos para ganar una elección, promete hacer de "Lituania S.A." un "Estado-nación con fines de lucro", del cual los inversores extranjeros sean accionistas y, por lo tanto, ciudadanos y Patriotas del Libre Mercado, dispersos por todo el mundo (128, 439).[13] El primer acontecimiento que acabamos de transcribir halló un eco cinco años después en una historieta de difusión internacional que presentaba un noticioso de televisión: frente a un enorme mapa ilustrado de Australia atra-

13 La caricatura no es tan descabellada. Aunque con distintos matices, la "captura" de los partidos políticos por parte de las empresas ha suscitado preocupación en todo el mundo. Por ejemplo, en Sudáfrica, la frase "ANC Inc." ha aparecido en los titulares de los diarios (véase Vicki Robinson, "Moves to clamp down on ANC Inc.", *Mail & Guardian*, 4-12 de agosto de 2006, p. 2) con mucha mayor frecuencia desde que las operaciones de su empresa de inversiones, Chancellor House Holdings, han salido a la luz. Esta empresa, formada en 2003, contaba con un total de inversiones de 1.750 millones de rands a fines de 2007. Véase, por ejemplo, Buddy Naidu, "New ANC probes old guard's shady deals", *Sunday Times* (de Sudáfrica), 24 de febrero de 2008, p. 1; véase también Feinstein (2007) [ANC: African National Congress, alianza tripartita que gobernó Sudáfrica desde el advenimiento de la democracia. Fue una organización combativa que luchó por los derechos civiles y contra el apartheid en distintas etapas y con distintos medios. (N. de las T.)].

vesado por la leyenda "MACQUARRIE BANK", se anunciaba que "en el día de la fecha Australia ha cambiado de nombre después de su absorción por una firma de capital privado".[14]

¿Ficción o premonición? Mientras ocupaba la presidencia, Silvio Berlusconi, gerente general extraordinario, se refería a su país como *Azienda Italia*, "La empresa Italia" (Muehlebach, 2007). Con ánimo similar, aunque con diferentes objetivos en mente, Mutahi Ngunyi, eminente intelectual y analista político, redactó una "descripción del puesto" para el nuevo presidente de Kenia después de su aplastante victoria en las elecciones de 2003. La publicaron en todas las ediciones de *Sunday Nation*, el semanario más leído del país:

> Queremos que el presidente haga las veces de gerente general de una empresa y [...] garantice las "ganancias" del país. El ciudadano sería un accionista de esta empresa y se le exigiría que invierta cierta cantidad de dinero previamente acordada, en forma de impuestos. Al final de cada año, se convocará al presidente para que rinda cuentas de lo que ha hecho. [...] Señor Kibaki: no queremos un príncipe a quien agasajar sino un gerente general que nos dé lo que vale nuestro dinero, un buen rendimiento del capital invertido en los recursos nacionales.[15]

¿La empresa Kenia? Pero también podemos hablar de la *empresa Britannica*. Ya en 2003 era común referirse coloquialmente al Reino Unido como "Britain PLC": esta última abreviatura corresponde a "*public limited company*" [sociedad anónima que cotiza en la Bolsa]. En un ámbito más formal, en las Islas Británicas, la comercialización del patrimonio cultural ha quedado en manos de una etnoempresa nacional registrada como Great Britain PLC.[16] En este contexto, el proceso de igualar la nación con una empresa ha llegado bastante lejos, al punto de que forma parte de los debates que se presentan en los medios masivos de comunicación acerca del presente y el futuro del país. En septiembre de 2000, un periódico de

14 La versión que nosotros vimos de esa historieta fue publicada en el *Sunday Times* (de Sudáfrica), 3 de diciembre de 2006, Business Times, p. 8.

15 "A proper job description for Mwai Kibaki", *Sunday Nation*, 29 de diciembre de 2002. Tuvimos noticia de esta declaración por primera vez en 2005, gracias a Sunkyo Im, en ese entonces estudiante de grado de la Universidad de Chicago.

16 Véase su sitio web, http://www.heritagegb.co.uk, consultado el 7 de julio de 2006. Adviértase el dominio "co", que corresponde a una *empresa* en lugar del dominio "gov", que se aplica al Estado.

formato grande proclamaba ampulosamente: "¡Bienvenidos a Bretaña S.A.!" en el título que encabezaba un extracto del libro *Captive State* (2000) de George Monbiot, obra milenarista de revelaciones que anunciaba un golpe de Estado empresario en una isla que fue alguna vez una monarquía, algo degradada después.[17] Ya en 2001, el golpe había avanzado tanto y su espíritu había impregnado de tal manera el ambiente que, justo antes de las elecciones parlamentarias de ese año, una nota del *Observer* de Londres concluía con estas palabras: "El gobierno se ha convertido en una cuestión de [...] administración microeconómica. [El Partido Laborista] será elegido como administrador general del Sector Público de Su Majestad, PLC".[18] También en Sudáfrica se dicen cosas similares: se habla del partido gobernante como "ANC Inc." (véase la nota 13) y de su presidente, Thabo Mbeki, como el "gerente general".[19] De allí la observación de Rancière (1999: 113) de que "la identificación de la política con la administración de capital ya no es un secreto vergonzoso" sino "una verdad declarada sin tapujos mediante la cual [...] los gobiernos adquieren legitimidad". No obstante, como hemos intentado demostrar, hay mucho más en juego que la desfachatada aparición ante los ojos de todos de una alianza fundacional entre el Estado-nación y la empresa. El arte mismo de gobernar adopta cada vez más abiertamente la retórica y la lógica de las entidades con fines de lucro.

Y ése, precisamente, es el meollo de la cuestión. Puede ser que la constitución de la nación como empresa dé nueva forma a los países, a semejanza de las empresas de responsabilidad limitada. En algunos lugares este fenómeno avanza con un sorprendente y temerario entusiasmo sin prestar prácticamente ninguna atención a sus costos sociales o, peor aun, negando la existencia de un ámbito "social" al cual pueda atribuirse costo alguno. Más aun: ha modificado la naturaleza misma del gobierno neoliberal y –como dijimos al principio de este capítulo– al hacerlo, ha suprimido la doble vertiente representada en el guión del "Estado-nación", sobre la cual se fundaban las instituciones políticas de la modernidad. Dentro de la ortodoxia democrático-liberal, ese guión señalaba la articu-

17 George Monbiot, "Welcome to Britain PLC", *Guardian Unlimited*, 9 de septimbre de 2000, edición en línea; http://www.guardian.co.uk/imf/story/0,7369,370382,00.html, consultada el 7 de julio de 2006.

18 Véase Faisal Islam, "Whatever happened to big economics", *Observer* (Londres) 3 de junio de 2001, Business Section, p. 3.

19 Véase "Moves to clamp down on ANC Inc.", 2. La referencia específica a Thabo Mbeki como "gerente general" apareció en el editorial "Back to work", *Cape Times*, 12 de febrero de 2007, p. 8.

lación de la nación con el Estado y del Estado con la nación: cada una de esas dos caras era la condición dialéctica e histórica de la otra. El giro neoliberal, en cambio, ve ese guión no sólo como el signo de su desarticulación (Appadurai, 1990) sino como una especie diferente de vínculo entre las dos partes: un vínculo que surge de la lógica misma de las organizaciones con fines de lucro.

En semejante contexto, es innecesario repetir todo lo que se ha dicho sobre el Estado del siglo XXI, sobre el tan mentado "gobierno a distancia", sobre el funcionamiento del biopoder, las tecnologías neoliberales de gobierno, la formación de poblaciones, etcétera. En el contexto de este libro nos preocupa una sola dimensión de todos esos fenómenos, a saber, el surgimiento de un Estado postweberiano, un Estado-como-metaempresa, al que se adjudica la franquicia de supervisar y otorgar licencias a las empresas. Reiteramos la argumentación de Rancière (1999): no se trata de que el Estado jamás haya sido un agente económico activo antes de ahora, no se trata de que no haya sido un actor empresarial *an und fur sich*. Lo que ocurría era que ese aspecto de su quehacer cotidiano estaba sumergido, era translúcido en virtud de una cosmovisión liberal que hacía una distinción neta entre el dominio de la economía y el de la política. Desde ese punto de vista, el gobierno asumía la tutela de los intereses materiales y morales de la nación y, como bien dice Harvey (1990: 108), se representaba a sí mismo como un conjunto de instituciones cuya *raison d'être* era encarnar el bien público, servirlo y protegerlo contra las diferencias sectarias que albergaba en su seno. Desde ese punto de vista, su relación con el capital se presentaba como "mutuamente determinante"; el Estado no regía sobre él pero tampoco era su instrumento (109).

El hecho de que esa autorrepresentación pudo distorsionar la relación histórica entre el Estado y la economía, y de que el Estado siempre tuvo participación e intereses en ella constituye el "vergonzoso secreto" que mencionaba Rancière, un "secreto" que ha sido revelado a plena luz del día, del cual se habla ahora con elogio, una nueva verdad para el Nuevo Mundo Feliz. También forma parte de esa gran transformación neoliberal de la que hablaba Foucault (2004; véase supra): el cambio que dio origen al *self* emprendedor, el cambio de una época en la cual el Estado "supervisaba" el funcionamiento de la economía a otra en la cual "el mercado mismo es el principio [...] organizador que subyace al Estado". Se trata de una época en la que el gobierno se transforma *concretamente* en negocio y se borra la presunta línea divisoria entre las instituciones políticas y la economía. Por ese motivo, tantas etnocorporaciones procuran adquirir poder a través del capital y también a través de los capitolios. Y por ese

mismo motivo, se aprecia el buen gobierno en términos de la administración de activos, del éxito para atraer empresas y de la capacidad para acumular riqueza (pero, *de ninguna manera*, por su habilidad para redistribuirla más allá de las necesidades elementales o los dictados de la emergencia). Todo esto se consigue haciendo uso de la marca nacional para lograr un efecto máximo, actuando como un proveedor ya constituido, transformando en mercancía la esencia de la comunidad imaginada, protegiendo ese bien común (en casos extremos mediante la guerra jurídica), creando las condiciones necesarias para que los sujetos con espíritu de empresa y de etnoempresa concreten sus aspiraciones y tratándolos, sobre todo, como accionistas de la nación-empresa. Además, en este último aspecto, a medida que ingresan al mercado, movilizan la capacidad de sus objetos culturales –como lo hacen los individuos que inician etnoempresas– para (re)producir la identidad nacional, hacerla cuajar y afirmarla. En otras palabras, ejercitando la misma "dialéctica permanente" entre lo abstracto y lo concreto, lo racional y lo afectivo, que es el pilar de todas las economías de la identidad.

En el Neo Mundo Feliz, el buen gobierno también implica oferta, en la medida en que responda a los imperativos del capital. Así, la tendencia es manejarla, en diversas proporciones según las distintas regiones del mundo, tercerizando muchas operaciones que otrora le correspondían al Estado y comprándolas de nuevo como servicios en una economía de servicios que todo lo abarca. En algunos lugares, esas operaciones incluyen en primer lugar las mismas cosas que constituían el Estado moderno, el Estado tal como lo imaginaban Max Weber y buena parte de la sociología política ortodoxa: en primer lugar, el ejercicio de la violencia "legítima", en particular en sus aspectos de policía, seguridad, inteligencia, prisiones y acciones de guerra; en segundo lugar, la administración de la nuda vida, que abarca decisiones sobre cómo asignar recursos para la salud, la muerte, las acciones ante catástrofes y la provisión de los medios básicos de supervivencia como la vivienda y los cuidados elementales en el caso de los indigentes. En todos esos ámbitos, han surgido colaboraciones complejas entre el gobierno y la empresa, caracterizadas por el compromiso común de respetar la primacía del sector privado, los principios del mercado y las soluciones empresarias. Ese compromiso se hace evidente también en ámbitos tales como la regulación de las divisas, cuyo valor –otrora fijado por organismos del Tesoro Nacional– flota ahora libremente, a merced de los mecanismos del capital financiero. Si en el pasado los gobiernos se legitimaban prometiendo más, hoy en día se legitiman prometiendo menos. Al menos, orientan su actividad para garantizar zonas de "libertad"

en las cuales el mercado pueda operar según sus "propios" imperativos, y los ciudadanos y las comunidades puedan "asumir responsabilidades", zonas en las que el rendimiento de la "inversión de los recursos nacionales sea alto".

En suma, la eficacia del gobierno se alcanza cuando se cumplen las aspiraciones que enumeró para Kenia en 2001 Mutahi Ngunyi, aquel ciudadano que, en nombre de sus conciudadanos-accionistas, le pidió al príncipe de la comunidad política a la que pertenecía que fuera el gerente general de su economía. Cuando Maquiavelo adquiere la forma de Milton Friedman o de alguno de sus acólitos de la Escuela de Chicago, los estados todavía pueden utilizar el léxico del bien común. Pero la carga semántica de ese lenguaje ha cambiado. Cada vez más, la carga del cuidado de la población, el cuidado de la ecología moral de la nación se desplaza del gobierno al sector privado: se incita a las empresas a tomar parte en el gasto social, a invertir en la riqueza cultural de la nación, a atender a los empobrecidos e indigentes con obras de caridad que a menudo llevan el ropaje de programas de incentivación empresaria. Como lo han señalado muchos, esa situación ha generado una ética que se subsume en la expresión "responsabilidad social corporativa" o CSR, por sus iniciales en inglés (cf. Shamir, 2004). Utilizando la jerga del altruismo, se pinta la CSR ante los accionistas como una práctica fiduciaria sana: implica un crédito para la reputación de la empresa, convierte en valor un activo inmaterial que, expresamente, es esencial. Han acompañado este proceso campañas concertadas para instaurar "leyes o normativas blandas" [*soft law*], eufemismo que corresponde a la idea de que debe permitirse a las empresas que se autorregulen ideando y poniendo en vigencia normas propias de buena conducta. Se pretende así que el Estado ceda su última función: el imperio de la ley. En otras palabras, las nociones de leyes blandas y de responsabilidad social corporativa se fundamentan en el afán de someter el gobierno al mercado. En sus formas más extremas, implican que el capital corporativo no debe rendir cuentas ante nadie excepto ante sí mismo. Es una argumentación de la que se han hecho cómplices en mayor o menor grado en los últimos tiempos muchos regímenes distintos, desde Angola hasta la India y desde el Reino Unido hasta los Estados Unidos.

Fuera del sector empresario, la noción de responsabilidad social corporativa tiene también un paralelo. No sólo se acosa a los ciudadanos como entidades "privadas" para que "asuman responsabilidades", soporten los riesgos de la existencia social y vivan en el mundo como sujetos con espíritu de empresa: en muchos estados-nación se les solicita que hagan trabajo voluntario no remunerado, en especial en el ámbito de la salud, el

delito, el empleo y la educación. También se los incita a cuidar a los ancianos, los jóvenes, los enfermos físicos y mentales, los presos, las personas que están en libertad condicional y los que no reciben salario alguno. En Gran Bretaña, todas estas labores, junto con las asociaciones y los métodos que han generado, se conocen formalmente con el nombre de Tercer Sector,[20] cuyo equivalente en los Estados Unidos es el llamado sector independiente. En el Reino Unido ha dado origen a un Consejo Nacional de Organizaciones de Voluntarios, y Westminster lo promociona en su empeño de recurrir a "fuentes inexplotadas de energía cívica" con el fin de promover la "empresa social". Esta última frase es sumamente importante: el voluntarismo neoliberal está tan profundamente inscripto en el sujeto con espíritu de empresa como el negocio mismo. Su finalidad es conseguir que "la gente común se empeñe" en el sector de "prestación de servicios", de modo que los voluntarios hagan con eficiencia y de manera rentable las tareas que alguna vez hizo el Estado, y que los ciudadanos antes esperaban de él en contraprestación por el pago de impuestos. Más aun: como aspiración que se va concretando rápidamente, se vislumbra que el nuevo sector puede ser una fuente competitiva de esos servicios, de suerte que el gobierno local podría "comisionar" a proveedores que revistan en él para que se presenten a licitación con ofertas de menor precio que las de empresas privadas produciendo simultáneamente un valor inmaterial como la "cohesión social, la satisfacción emocional [...] y propósitos morales". Como lo ha mostrado Andrea Muehlebach (2007), en Italia el voluntarismo también se ha expandido enormemente, sobre todo entre las personas de la "tercera" edad, los que transcurren los años que van de la jubilación a los achaques de la vejez. Ese tipo de trabajo ha sido objeto de regulaciones legales, ha dado origen a numerosas instituciones y organizaciones, y ha adquirido una ideología fundamentada en el valor y los méritos del esfuerzo *no* alienado, inyectando así en la economía un volumen de trabajo voluntario *gratuito* que –en una curiosa parodia de Marx– revaloriza el trabajo convencional, especialmente el de los más jóvenes, porque los puestos remunerados escasean cada vez más. Todo ello en aras de cierto bien común nacional que acaba, es evidente, en cuantio-

20 Mucho se ha escrito en la prensa británica acerca del tercer sector. Al respecto, hay dos ejemplos sumamente ilustrativos, que por pura coincidencia fueron publicados el mismo día en el mismo diario. Véase Patrick Butler, "Roles fit for heroes", *Guardian*, 25 de julio de 2007, p. 3 y Jane Dudman, "Tough choices for charities on commissioning", *Social Guardian*, p. 10. Nuestras citas en este párrafo fueron tomadas de esos dos artículos.

sos beneficios para *Azienda Italia*, aunque no para todos y cada uno de sus accionistas, alias los ciudadanos.

El auge del voluntarismo neoliberal en muchos lugares –Gran Bretaña e Italia no están solas en ese camino– transforma las convenciones sobre la responsabilidad *social* del modernismo en idealizaciones posmodernas de la responsabilidad *ética*. Siguiendo el mismo rumbo, el ciudadano social deviene un ciudadano ético (cf. Muehlebach, 2007). Parecería entonces que volvemos a la teoría liberal clásica, a su concepción de los sentimientos morales. Pero a la ética neoliberal le interesa menos garantizar un Estado que nutra la libertad o la igualdad humana que un Estado que avale y fomente "el espíritu de empresa y el comportamiento competitivo de individuos racionales desde el punto de vista económico" (véase supra, p. 84). A tal extremo que, habiendo ingresado ya en la era del Gobierno como Entidad Empresaria y de la Nacionalidad S.A., el Leviatán del modernismo europeo, como *deus ex machina*, parece ya un anacronismo: desmañado, sin corazón, ineficaz, insensible. En nuestra opinión, este cambio histórico no puede atribuirse simplemente al triunfo del utilitarismo burdo, a la avidez ilimitada de los seres humanos ni a la rapacidad capitalista. Más bien, emana de la apoteosis de una percepción del ser-en-el-mundo propia del siglo XXI, según la cual la humanidad, la identidad, los afectos, el gobierno, la moral, la socialidad, la teología y la responsabilidad ética expresan su *verdadera* naturaleza "auténtica" en una voluntad ineluctable que tiende al espíritu de empresa de cada uno y para cada uno, y que acaba gobernando la vida misma. Así, volvemos al punto inicial del círculo que hemos recorrido. El proceso histórico que comenzó creando instituciones colectivas como si fueran personas vivientes, dotadas de derechos, termina fraguando personas vivientes dotadas de derechos, como si fueran "contratistas privados", al estilo empresario, agentes humanos que poseen destrezas y tienen un patrimonio cultural –su capital encarnado– pero los negocian en el mercado.[21]

21 Las relaciones sociales y la vida cívica han sufrido una notable invasión del lenguaje empresario: sin pensarlo siquiera, hablamos de "*partners*" [socios] en nuestros asuntos domésticos, de "*stakeholders*" [accionistas] en las comunidades e, incluso, de "firmas" y "colegas" mafiosos. En los Estados Unidos y en algunos otros lugares se habla de "franquicias" y "marcas" en el ámbito de los equipos deportivos. En la actualidad, dice Ivan Vladislavic (2006: 164) refiriéndose a Johannesburgo, que hasta los vendedores ambulantes asumen la actitud de "gerentes". Asimismo, en Ciudad del Cabo, *The Big Issue* (septiembre de 2007, 122 [11], tapa), revista local de los que no tienen techo recomienda a sus lectores: "Utilice su marca para triunfar". Y la CNN instiga a los televidentes del mundo entero: "Ocupe su lugar en el Directorio".

VARIACIONES SOBRE EL TEMA DE LA NACIÓN-EMPRESA

Aquí, precisamente, están los cimientos del paralelismo entre la Etnicidad S.A y la Nacionalidad S.A. En nuestros días, la etnicidad-empresa y la nacionalidad-empresa se apoyan en algo que se acepta como la naturaleza verdadera de las personas y las cosas: las formas del afecto, del interés y del ser ético que emanan de la gestión empresaria del yo, singular y/o colectivo. Al construir sus identidades corporativas sobre esa base, tanto la etnicidad-empresa como la nacionalidad-empresa no toman la constitución de esas personas jurídicas o ideales como una metáfora de la organización social –metáfora que, según Fortes (1953; véase supra) suturaba genealógicamente los cuerpos humanos relacionados entre sí para constituir un cuerpo político–, la toman como una realidad jurídica concreta. Puede ser que la etnicidad parezca más cercana al núcleo de la vida cotidiana que la nacionalidad y, por lo tanto, más sustantiva, más real. Como ya lo hemos dicho, la constitución de la nación debe abarcar la heterodoxia interna y, a la vez, subsumirla en una unidad única superior, operación que puede sumergir el *propio* sentido de particularidad etno-cultural en una concepción cívica de la ciudadanía. Así, por ejemplo, la "britanidad" y la democracia liberal, lo particular y lo universal, se mezclan en el armazón ideológico del Reino Unido. No obstante, en su atuendo actual, tanto la etnicidad como la nacionalidad dependen de la interacción de la sangre, la cultura, la sustancia, la soberanía. Y las dos pueden invocar una suerte de copyright natural sobre su patrimonio cultural en cuanto propiedad: una propiedad que, aparentemente, puede reproducirse sin límites sin perder su aura; una propiedad cuya transformación en mercancía suele agregar valor a la identidad en lugar de rebajarla; una propiedad que, por mucho que circule con el oleaje del mercado, es refractaria a la abstracción de su esencia en puro valor de cambio o al empobrecimiento de sus exuberantes y abigarradas particularidades en ordinariez lisa y llana. Una propiedad, también, que fusiona la dotación genética con la creatividad, que puede protegerse mediante la guerra jurídica y que borra la distinción entre el capital económico, moral y simbólico al extremo de que constituye una palanca de poder y modifica la identidad de suerte que ésta deja de ser el objeto de la política o la economía para transformarse en el objeto de una economía-política.

Al propio tiempo, precisamente porque la nacionalidad difiere de la etnicidad en cuanto a escala, varía el modo en que los estados abordan su existencia como entidades jurídicas, especialmente en lo que respecta a la administración de las mercancías autóctonas que tienen su marca.

En un extremo del espectro están China y Rusia, que procuran combinar la liberalización del mercado con un gobierno sumamente centralizado, situación que lleva a niveles inéditos la nacionalidad como empresa y el gobierno como negocio. En Rusia, los negocios y el gobierno se hallan tan "entrelazados" que en junio de 2006 el *Financial Times* de los Estados Unidos insinuó que la elite gobernante había transformado a "Rusia S.A." en un franco Estado corporativo.[22] Se han hecho comentarios similares muchas veces, antes y después. Habitualmente esos comentarios se respaldan con el ejemplo del crecimiento de Gazprom, segunda proveedora de energía del planeta después de Exxon Mobil.[23] Se trata de una empresa en la que el Kremlin posee el 51% de las acciones, cuya administración está supervisada directamente por la presidencia. Vitaly Vasiliev, gerente de comercialización de Gazprom, se esfuerza por dejar en claro que *no* es una empresa estatal sino una "compañía comercial" común. Pero no logra convencer a muchos. En el momento en que escribíamos este capítulo, el presidente del directorio era Dmitri Medvedev, vice primer ministro, que habría de convertirse en jefe del Estado después de Putin. Más aun: Gazprom forma "parte de un movimiento más vasto para centralizar el poder en manos del Presidente y los funcionarios más cercanos a él". Según ciertos cálculos, alrededor del 40% de la economía está ahora dirigida por firmas controladas por el Estado,[24] y la cifra parece crecer día a día. Pocos meses después de que se publicara el artículo del *Financial Times*, el *Washington Post* presentó una nota que llevaba un gran titular: "Kremlin Inc. widening control over industry". Comentaba allí la absorción de una enorme planta productora de titanio y planteaba la posibilidad de que pronto se volvieran a nacionalizar empresas energéticas, de explotación de diamantes, metalúrgicas y productoras de máquinas. Esencialmente, el artículo argumentaba que, en su esfuerzo por llegar a ocupar un lugar de importancia en diversos mercados del mundo, el Estado ruso utilizaba el poder económico con fines políticos, y el poder político con fines económicos,[25] lo que constituiría un caso original de "mercantilismo cor-

22 Andy Buckley y Arkady Ostrovsky, "Back in business – How Putin's allies are turning Russia into a corporate state", *Financial Times*, 19 de junio de 2006, p. 11.

23 Andrew E. Kramer, "Gazprom reaps the benefit of friends in the Kremlin", *New York Times*, 23 de septiembre de 2006, B4.

24 J. F. O. McAllister, "Russia's New World Order", *Time*, 10 de julio de 2006, pp. 14-19.

25 Véase Peter Finn, "Kremlin Inc. widening control over industry", *Washington Post*, 19 de noviembre de 2006; http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/11/18/AR2006111801012.html, consultada el 28 de noviembre

porativo" en todos sus aspectos menos en el nombre. Otra cuestión importante es que esos esfuerzos tienen el fin específico de *generar* patriotismo. Procuran afianzar la diferencia, insuflar nueva vida a una economía de la identidad preñada de emoción y fomentar el desarrollo de una marca nacional como respuesta a lo que el régimen gobernante considera los ineludibles efectos debilitantes del capitalismo global después de la caída de la Unión Soviética.

En este caso, la Nacionalidad S.A. no sólo cultiva un orgullo renovado. También se oye su voz cargada de matices afectivos en lugares tales como el Movimiento Juvenil Democrático Antifascista, Nashi, del cual se dice que es "la vanguardia patriótica de una poderosa Rusia nueva".[26] Se nos dice que sus cuadros vislumbran un futuro seguro, si no en el gobierno mismo, al menos en "empresas estatales como Gazprom". En otras palabras: para esos jóvenes, el camino que lleva a una identidad plena pasa, aparentemente, por la nación-como-empresa: se concreta en la opción de expresar su identidad rusa esencial trabajando para una firma del sector privado que lleva la marca del país. Una firma, además, que se ha convertido en instrumento de la política exterior, la cual –como sugería el *Washington Post* cuando vinculaba el poder económico con los fines políticos– se encauza *sobre todo* mediante los negocios.

Así, para dar un ejemplo que tuvo notoriedad en todo el mundo, en 2005 Gazprom –principal proveedora de gas natural de Ucrania– anunció que multiplicaría sus precios por cuatro y que ese aumento se pondría en vigencia casi de inmediato. El gobierno ucraniano no objetó el aumento *per se* pues había estado pagando un precio muy inferior al normal– sino la velocidad con que se pretendía imponer el precio nuevo. Respondió entonces proponiendo, entre otras cosas, que el gas ruso en tránsito a través del territorio ucraniano con rumbo a Europa Occidental, que antes se pagaba en especie, se pagara a partir de entonces en moneda fuerte. Se generó así un conflicto tal que, en enero de 2006, Gazprom cortó el suministro al país vecino. Al cabo de algunas difíciles negociaciones, se llegó a

de 2006. En el *New Yorker*, también apareció una nota titulada "Kremlin Inc." Exactamente dos meses después (Specter, 2007): si bien se refería parcialmente al mismo material, el hilo conductor del texto era distinto pues se centraba en una pregunta: "¿Por qué mueren los opositores a Vladimier Putin?".

26 Quien quiera ver información sobre el Nashi, publicada originalmente por el *Times* (de Londres) pero distribuida luego profusamente, vea "Putin's sinister summer camp". Nosotros leímos esa nota en el *Sunday Times* (de Sudáfrica), 29 de julio de 2007, p. 20 (no se mencionaba a su autor). Las frases citadas provienen de esta última nota.

un acuerdo incumplido varias veces con posterioridad: la política de suministro acompañada de sanciones continúa hasta el presente. Toda esa situación ha persuadido a muchos analistas europeos de que los rusos –que siguen proclamando que sus acciones tienen motivaciones económicas– han estado utilizando el poder de sus recursos para imponer su voluntad política a un régimen que les ha demostrado muy poca simpatía. Sin duda, lo mismo ocurrió en las negociaciones del Kremlin con los Estados Unidos. Cuando surgieron tensiones con el gobierno de Bush acerca de derechos comerciales y humanos en la conferencia del G8 de julio de 2006 –los Estados Unidos se habían opuesto al ingreso de Rusia a la OMC–, el entonces presidente Putin consiguió que las empresas petroleras norteamericanas quedaran excluidas de la explotación de un lucrativo yacimiento que se estaba construyendo en el mar de Barents.[27]

Como era de prever, dadas esas condiciones, cuando Gazprom anunció la absorción de Centrica –empresa matriz de British Gas–, se generó gran inquietud en Inglaterra, sobre todo porque la enorme compañía rusa ya había adquirido a Penine Natural Gas, pequeña firma minorista del mismo ramo. Según algunas opiniones muy promocionadas, y debatidas con ardor, la iniciativa de comprar Centrica implicaba una amenaza a la integridad *nacional* y a la *soberanía* económica del Reino Unido.[28] Para azuzar aun más las inquietudes, en ese momento Rosneft –compañía petrolera *estatal* de Rusia– estaba a punto de cotizar en la Bolsa de Londres. Los medios británicos se apresuraron a señalar que el presidente del directorio de esa empresa era el delegado de Putin en el Estado Mayor de las Fuerzas Armadas.[29] Para empeorar las cosas, la empresa estaba involucrada en un litigio en el que se la acusaba de haber "robado" Yuganskneftegaz, brazo operativo de Yukos, una compañía petrolera privada, y de haber blanqueado

27 Información publicada por primera vez en Conal Walsh, "Putin plan to shut out US oil giants: Kremlin will favour Norwegian firms to develop Barents Sea field after differences with Bush scupper Russia's bid to join WTO", *Observer*, 23 de julio de 2006, Business, p. 2.

28 En ese momento, la propuesta y las reacciones que suscitó ocuparon mucho espacio en la prensa británica. Pueden verse dos reseñas sumarias en Terry Macalister, "Britain has 'nothing to fear' from Gazprom", *Guardian*, 17 de julio de 2006, p. 21 y en Hans Kundnani, "We're not Putin's policy tool, Gazprom tells MPs", *Guardian*, 19 de julio de 2006, p. 22.

29 Tema al que los medios también dedicaron muchos centímetros. Hay una reseña extensa al respecto publicada en el Reino Unido: Terry Macalister, "FSA sought government's view on whether to allow Rosneft to float", *Guardian*, 19 de julio de 2006, p. 22. Otro informe sobre este tema es el de Peter Gumbel, "Crude power", *Time*, 10 de julio de 2006, pp. 20-23.

las maniobras en beneficio de Rusia S.A. En años posteriores, la Unión Europea se hizo eco de las inquietudes británicas sobre el expansionismo fiscal ruso. En el verano de 2007, se anunció que la UE iba a "imponer [controles] sobre los fondos pertenecientes a estados" –no es casual que se los denomine fondos soberanos– que "adquieran acciones en empresas europeas de bandera". Se podría pensar que el libre flujo del capital financiero es una ventaja genuina de la nueva economía global, pero estos fondos "generan temor" porque se sospecha que son instrumentos *políticos* de estados que actúan como empresas.[30] Cuando esos capitales vienen de Abu Dabi o de Singapur –donde el Estado posee en su totalidad a la empresa Government of Singapore Investment Corp. (GIC)–, la situación puede producir preocupación o no.[31] Pero causan intensa preocupación, sin la menor duda, cuando provienen de Rusia o de China.

Esas dos naciones, que se cuentan entre las más grandes del mundo y tienen la historia más larga de economía planificada, han pergeñado su propia versión de un país-empresa, de una manera muy específica. Combinando la política y la economía en su empeño por poner de manifiesto el impulso expansivo de su soberanía, han impregnado con elementos de identidad nacional las empresas constituidas, hasta saturarlas. En Rusia, los conglomerados que son propiedad del Estado se contemplan explícitamente como entidades productivas y como expresión de esa identidad. Y del bien común. Si bien pueden absorber las empresas de bandera de otros países, las suyas no están a la venta. Ocurre prácticamente lo contra-

30 Véase Carter Dougherty, "Europe acts to protect state-run interests: Officials are wary of large investments by China and Russia", *International Herald Tribune*, 14-15 de julio de 2007, pp. 1, 14.

31 Recordemos, en este sentido, el reciente rescate de dos importantes bancos, UBS y Citigroup, con capitales provenientes, respectivamente, de Singapur y de Abu Dabi. Esos rescates, que involucraban fondos soberanos y empresas estatales, causaron reacciones dispares. Por un lado, Larry Summers, ex Secretario del Tesoro de los Estados Unidos, expresó preocupación y se refirió a ellos –sin rigor, a nuestro juicio– como "nacionalizaciones fuera de las fronteras". Véase, por ejemplo, Floyd Norris, "A new twist on bailouts", *International Herald Tribune*, 14 de diciembre de 2007, p. 14. Por otro lado, el Banco Nacional Suizo expresó su beneplácito por la iniciativa de Singapur pues UBS es la institución financiera más grande de Suiza. Véase Haig Simonian, "Central Bank blessing for UBS injection", *Financial Times*, 14 de diciembre de 2007, p. 16. No hace mucho, Estados Unidos intentó convencer a Singapur y Abu Dabi para que repudiaran las "metas geopolíticas" en sus políticas de inversión, y lo consiguió. Véase, por ejemplo, Steven R. Weisman, "Sovereign wealth funds accept u.s. limits on goals", *International Herald Tribune*, 22-23 de marzo de 2008, p. 15.

rio en el caso de Gran Bretaña PLC, ejemplo del extremo opuesto en la concreción de la Nacionalidad S.A. En la variante británica, no existen empresas nacionales ni participación del Estado en el paquete accionario: si existieron en el pasado, han sido vendidas, incluso las más estrechamente vinculadas con las funciones de gobierno, con la gestión de la vida y de la muerte, con la infraestructura de la esfera institucional y con el bienestar. Más aun, no se hace ningún esfuerzo por proteger las firmas autóctonas. Aunque, en aras del nacionalismo, el Partido Laborista gobernante proclama el supuesto vigor de la economía británica y fomenta la inversión extranjera para engrosar el tesoro público, ridiculiza los vestigios de patriotismo económico que puedan quedar en las empresas y manifiesta desprecio por los países que ponen coto a la venta de sus empresas más importantes. Expresión suprema del *laissez-faire*, allí el neoliberalismo suele "[dar preeminencia a] la rentabilidad por encima de la nacionalidad".[32]

Sin embargo, desde el cambio de siglo, se difunde cada vez más la opinión de que Gran Bretaña PLC no ha administrado como correspondía la marca nacional. Una cosa es comercializar sus mercancías, cosa que, en sí misma, no tendrá efectos negativos sobre su valor de cambio ni sobre su vínculo afectivo con la "britanidad". Pero otra cosa muy distinta es enajenar los medios que las producen o la propiedad intelectual que entrañan. Así, en 2006, el *Guardian* declaraba que "con esto de que se vendan conocidas [empresas] británicas" a conglomerados extranjeros, la "sensación que tenemos es que la totalidad de la economía británica se ofrece al mejor postor",[33] y entidades emblemáticas como Manchester United, Rolls-Royce, Harrod's y la Administración de Aeropuertos Británicos ya han pasado a manos foráneas. Desde luego, no es lo mismo que la absorción de Lituania por una empresa de Atlanta, pero en el imaginario público parece una pérdida de soberanía. Volviendo al frente ruso, por esa misma razón, la proyectada compra de Centrica –empresa matriz de *British* Gas– por parte de Gazprom suscitó tanta inquietud. Llevó al plano consciente los límites del *laissez-faire*, la estrategia de anteponer "la rentabilidad a la nacionalidad".

Con todo, ninguna de estas enajenaciones británicas –concretamente, la venta de activos nacionales a extranjeros– causó ni siquiera remotamente

32 Andy Beckett, "Everything must go", *Guardian*, 4 de julio de 2006, G2, p. 10. Las citas relativas a la economía británica que figuran en el párrafo siguiente también provienen de esta misma fuente, un ejercicio de periodismo forense que ofrece un resumen excelente de los debates sobre este tema, y que nosotros mismos escuchamos estando en Gran Bretaña en junio y julio de 2006.

33 "Everything must go", p. 10.

el furor que se desencadenó en los Estados Unidos cuando, a principios de 2006, George W. Bush dio su visto bueno a la adquisición de seis puertos de importancia por parte de la firma Dubai Ports, con sede en los Emiratos Árabes Unidos. Lo irónico del caso, aunque raramente se habla de ello, es que esos puertos no estaban en manos de una empresa estadounidense sino de P&O, compañía *británica* de gran importancia en otros tiempos. Sin duda, ese proyecto atizó el sentimiento nacional de inseguridad que, con el fantasma de la Guerra contra el Terror como telón de fondo, se acrecienta cada vez que aparece algo con huellas musulmanas. De todos modos, hay algo igualmente importante: la transacción proyectada planteó preguntas incómodas, preguntas que surgen siempre frente a estas nacionalidades-empresa. ¿Cuál debería ser la relación proporcional entre el "libre" comercio y el interés nacional que, para muchos ciudadanos, no siempre se reduce exclusivamente al plano económico? En este clima, ¿es tan fácil separar los intereses públicos de los privados, en especial fuera de los seguros confines de Europa y los Estados Unidos? Son interrogantes que en los Estados Unidos se plantearon, sin duda, con anterioridad: un ejemplo trivial fue la propuesta de un conglomerado japonés que pretendía comprar un equipo de béisbol de las ligas mayores. Pero hubo intentos más serios, como el de capitales de Medio Oriente que querían "realizar adquisiciones" en ramos medulares de la economía industrial del país; o el de la empresa petrolera china CNOOC Ltd., que pretendió absorber en 2005 a Unocal de California, proyecto que suscitó una "vociferante ola de protestas entre los legisladores de Washington".[34]

Si bien China y Rusia representan un extremo del espectro en el tema de la nacionalidad-empresa, y Gran Bretaña, el otro extremo, la mayoría de los países han logrado una fórmula de transacción intermedia aunque, por su propia naturaleza, tales fórmulas son lábiles. Estados Unidos es uno

34 Al respecto, dice Mark Gilbert: "Es probable que este último ejemplo [...] indique el rumbo para el futuro [...]. Las empresas chinas, colmadas de dinero barato proveniente de los bancos estatales y respaldadas por una economía de 2 billones de dólares, tienen capacidad suficiente para salir a gastar dinero a lo loco, invirtiéndolo en empresas que fabrican productos de consumo, empresas públicas proveedoras de energía, fábricas de vehículos y compañías de servicios financieros. Los aullidos de protesta que causará el primer intento chino de comprar un banco de los Estados Unidos o de Europa harán que los actuales gruñidos sobre el intento de CNOOC parezcan meros murmullos." Véase "China blamed for currency woes, commodities, missing sock", 29 de diciembre de 2005; Bloomberg.com; http://quote.bloomberg.com/apps/news?pid=10000039&refer columnist_gilbert&sid=aCfG4IOiWWk, consultada el 15 de agosto de 2007.

de esos casos intermedios: de ahí el enredo que provocaron Dubai Ports World y otras entidades similares. Lo mismo ocurre con Francia y Canadá. Y con Sudáfrica. Todos estos países protegen sus marcas nacionales recurriendo a menudo a la guerra jurídica; todos ellos entienden axiomáticamente que la empresa-nación es un elemento medular del mandato de sus gobiernos; todos ellos aseveran que la diferencia cultural es el fundamento de su soberanía material, aun cuando se refieran a la cultura en su forma "chirle", como expresión de valores muy generales, que ya mencionamos antes. Y todos ellos están integrados por regiones más reducidas que, a medio camino entre la etnicidad-empresa y la nacionalidad-empresa, *también* se intercalan en la economía de la identidad. ¿Podríamos hablar, entonces, de una suerte de localidad-empresa? Ya la hemos visto en Gran Bretaña, en el caso de Escocia y de Gales. Hay un caso similar en Rusia, el de Tatarstán,* una de las zonas de mayor desarrollo económico de la Federación. Ubicada en la región del Volga, a menos de mil kilómetros de Moscú, declaró su autonomía en 1990, durante el proceso de derrumbe de la URSS. Al principio, el Kremlin rechazó esa declaración de plano, pero luego aceptó un tratado bilateral de poder compartido que concedía a la república un grado bastante considerable de autodeterminación. El gobierno local aprovechó la situación para hacer privatizaciones e impulsar la economía, en gran medida promoviendo ante inversores extranjeros un ambiente *cultural* rico en recursos humanos de "poco riesgo".[35] Análogamente, en Canadá, Ontario hacía en junio de 2006 publicidad en el *Economist* presentándose como "una de las economías que crece más rápidamente en todo el planeta", de la cual se dice que "superará a Alemania, Francia y Japón en el curso de este año". El texto agregaba que su margen

* República de Tatarstán, cuya capital es Kazán. A veces se la menciona también como Tartaristán. Abarca zonas de la antigua Tartaria. [N. de las T.]

35 Quien desee más información al respecto, puede consultar la página web de la república en http://www.tatar.ru y sus diversas páginas subsidiarias, especialmente las que se refieren a temas económicos. La declaración de soberanía puede hallarse en http://www.tatar.ru/index.php?DNSID=04bff57b51b8d6c78e1cbf90369faed9&node_id=150, consultada el 7 de agosto de 2006. Los textos ideados para atraer inversores extranjeros se resumen en http://www.tatar.ru/mdex.php?DNSID=04bff57b51b8d6c78e1cbf90369faed9&node_id=1335, consultada el 7 de agosto de 2006. Tuvimos conciencia por primera vez del empeño que pone Tatarstán en construir una identidad económica soberana, fundada en una arquitectura cultural e histórica muy sólida, durante una visita que realizó John Comaroff a esa república en 2002, en su calidad de miembro de la Comisión sobre Conflictos y Reconstrucción de Sociedades Multiétnicas, perteneciente a la Academia Nacional de Ciencias de los Estados Unidos.

de beneficios brutos "ya era mayor que los de Suiza o Suecia", proeza que podría "*enorgullecer a cualquier nación*", logrado por una región que "ni siquiera es un país".[36] Por su parte, en Sudáfrica, la provincia de Mpumalanga ha hecho publicidad a doble página en los principales diarios locales.[37] Según los textos publicados, esa provincia, "cuna de la vida humana en África", procura "hallar su propia identidad colectiva [*corporate identity*] reivindicando el Pasado y redefiniendo el Futuro". Con ese fin, ha ideado un proyecto de patrimonio cultural para probar con herramientas etno-arqueológicas que hay en su territorio un rico acervo cultural e histórico, merecedor de una industria turística (lámina 8). Y, por consiguiente, también merecedor de capitales de riesgo.

¿DIVINIDAD S.A.?

La Etnicidad S.A. –o la Identidad S.A., noción más amplia– parece, en suma, una extensión de un fenómeno anterior propio de la modernidad, que ahora está en pleno proceso de metamorfosis y migración hacia lugares no hollados antes por él: diversos dominios del ser subnacionales, nacionales y transnacionales. Incluso es parte de un proceso más complejo en el ámbito de la religión, considerada a menudo como el núcleo ontológico de una política cultural que incluía los afectos, la identidad y, a veces, la nacionalidad. Se ha dicho que la Iglesia Católica Apostólica Romana es uno de los negocios más antiguos del planeta y es, de hecho, un negocio global. Esa opinión, evidentemente, se refiere a su existencia *institucional*, vinculada intrínsecamente con la consolidación de la corporación como forma constitucional en la Edad Media (véase supra, p. 185). No obstante, en la actualidad, parecería que sucede algo más complejo, algo que tiene fundamentos más metafísicos: la transformación en mercancía de la *esencia numinosa* de la fe. Incluso en los lugares más impre-

36 Publicidad financiada por el gobierno de Ontario, *Economist*, 24-30 de junio de 2006, entre las páginas 42 y 43 (las bastardillas son nuestras).

37 Como ejemplo de este tipo de publicidad, citamos el *Mail & Guardian*, 21-27 de julio de 2006, pp. 4-5. Entretanto, la provincia de Limpopo, vecina de Mpumalanga, ha creado una organización que se llama Trade and Investment Limpopo para promoverse como destino de capitales financieros e industriales. Véase Wiseman Khuzwayo, "Limpopo's prolific growth of 6.3 percent steals a march on other provinces in SA", *Sunday Independent*, Sunday Business Report, 6 de agosto de 2006, p. 3.

vistos. Como el Islam, cuyos signos, prácticas, principios y verdades difícilmente pueden constituir un material al que pueda vincularse la propiedad intelectual. Pero no es así.

En la década de 1970 en Pakistán, los *ulemas* –autoridades religiosas ortodoxas– emprendieron acciones concretas contra los ahmadis, retoño de la religión musulmana que juzgaban herético y con el cual mantenían conflicto desde hacía largo tiempo. Y lo hicieron recurriendo a la ley: solicitaron un mandato judicial contra los presuntos apóstatas para impedir que llevaran a cabo los ritos musulmanes, que usaran el nombre de *masjid* [templo] para los lugares donde ejercían su culto e impedir que esos edificios se parecieran a las mezquitas, además de prohibirles la utilización de diversos términos reservados al Divino Profeta. Según decían, todos esos elementos eran *sha'ir* [signos] distintivos del Islam y, por consiguiente, pertenecían en forma exclusiva a los "verdaderos" musulmanes (Ahmed, 2006: 19-24, 40-45). El tribunal respaldó la opinión ulémica, pero los defensores de los ahmadi recurrieron a la Corte Suprema de Lahore, que atendió su reclamo en 1978.[38] En este contexto, el abogado de los ulemas argumentó que "lo musulmán es una propiedad exclusiva de los musulmanes [y] que había analogías entre cierta terminología musulmana y el copyright o las marcas comerciales". En consecuencia, usarla inadecuadamente equivalía a "infringir los derechos" de los musulmanes (21); es decir del Islam S.A., aunque, corresponde agregar que se trata de una sociedad sin fines de lucro. El juez que presidía el tribunal no quedó convencido. No porque rechazara el argumento sustantivo de que los signos y las prácticas del Islam pudieran considerarse propiedad intelectual sino por un detalle técnico derivado del derecho positivo: que el argumento de los ulemas sólo podía tener valor *jurídico* en un juicio civil en el que ellos pudieran demostrar que habían sufrido perjuicios materiales (41). No obstante, importa destacar que en 1993, en un caso ventilado en la Corte Suprema de Pakistán,[39] relativo a los fundamentos constitucionales de la identidad musulmana, la mayoría de los jueces *aceptaron* ese mismo argumento. Según Ahmed (2006: 41-42), el "tribunal se dio cuenta de que la identidad jurídica –de los musulmanes en este caso– tenía en potencia las

38 *Abdur Rehman Mubashir v. Syed Amir Ali Shah*, PLD 1978 Lahore 113. Nos enteramos de este caso leyendo la tesis doctoral de Asad Ahmed (2006: cap. 3) y resumimos los acontecimientos a partir de ella. Todas las páginas mencionadas en este párrafo se refieren a la investigación de Ahmed.

39 *Zaheeruddin v. The State* (1993; *Supreme Court Monthly Review*: 1718). Véase Ahmed (2006: 40-41).

características de una propiedad, y argumentó que ciertos signos no eran meras prácticas y características distintivas sino que constituían una propiedad exclusiva del Islam".

De esta manera, la identidad, "lo musulmán" se transformaba "en una propiedad, en algo que podía ser poseído, adueñado o quitado a los otros [...]" (Ahmed, 2006: 41-42), así como, según los términos de la Sharia, sus procedimientos financieros fundamentados en la fe forman ahora parte integral de la economía global.[40] En algunas religiones, los mismos dioses parecen tener una suerte de identidad jurídica. En 1986, cuando el gobierno nacional de la India entabló un juicio por la devolución de una figura de Shiva moldeada en bronce en el siglo XII, que había sido robada de una aldea de Pathur en condiciones no muy claras, manifestó que "*actuaba en representación del propio dios ultrajado*". En otras palabras, el dios "era el querellante en ese caso" (Keefe, 2007: 60-61; las bastardillas son nuestras). De este modo, una deidad se transforma en sujeto de derechos y obligaciones, y las entidades se deifican. Un dios deviene en la "persona jurídica" suprema.

En los lugares más inesperados brotan casos similares. El propio Roger Chennells, que intercedió a favor de los san, fue invitado en 2007 a un foro rastafari que tendría lugar en Jamaica, planificado para que coincidiera con una ceremonia nyahbingi destinada a conmemorar el día del nacimiento de Su Majestad Imperial Haile Selassie. Sus anfitriones de las Antillas habían descubierto a Chennells por intermedio de una ONG europea dedicada a la defensa de los derechos culturales indígenas. Se pusieron en contacto con él representantes de las diez mansiones rastafaris, que habían manifestado su deseo de poner fin al "creciente robo" de sus "propiedades y símbolos sagrados": las canciones, signos y emblemas que consideran el legado sagrado de Haile Selassie. Sin embargo, no habían podido hacer nada al respecto: aunque el Divino Conquistador Imperial había ordenado que sus huestes hablaran con "una sola voz", no había podido hacerlo por las pugnas internas que los dividían (Chennells, s/f [a]; s/f [b]). Hasta ahora. Inspirándose en los procedimientos utilizados para constituir la WIMSA

40 Quien desee explicaciones antropológicas sobre las prácticas financieras islámicas, especialmente con respecto a la banca, puede consultar a Maurer (2005, 2006). Con respecto a las inversiones acordes con la Sharia que se han hecho en Sudáfrica, que han dado origen a una Organización de Auditoría Contable para las Instituciones Financieras Islámicas, y que han incursionado también en el dominio de la "inversión socialmente responsable", véase Ashraf Mohamed, "Sharia-compliant unit trusts are growing rapidly", *Cape Times*, Business Report, 31 de julio de 2007, p. 13.

–institución que permitió a los san reclamar su patrimonio y recuperar el control de su saber autóctono–, Chennells emprendió la tarea de reunir las diez mansiones rastafaris disidentes en un único Consejo Rastafari Internacional, regido por una constitución redactada *ad hoc*. Se hizo hincapié en que, sin unidad, "la causa entera naufragaría". Ése fue el primer paso de la "larga marcha" para proteger su patrimonio cultural, defender sus derechos morales y jurídicos e impedir en el futuro el "uso y el abuso" de su cultura por parte de otros, cultura que pronto habría de adquirir el carácter de propiedad intelectual de la Hermandad (Chennells, s/f [a]). Según parece, los rastafaris de Jamaica han encontrado por fin una voz única. Una voz que habla, canta y reza en la lengua de la Divinidad S.A.

Volvemos así al punto del cual partimos: la articulación –la expresión manifiesta, la amalgama– de cultura y propiedad, pasado y futuro, el ser y el negocio, el espíritu de empresa y el de empresa étnica. La permanente dialéctica irresuelta que vincula la constitución de la identidad con la transformación de la diferencia en mercancía parece extenderse en todas direcciones. Así, podemos hablar de Etnicidad S.A., de Nacionalidad S.A., de Localidad S.A., de Divinidad S.A. y de cuántas otras sociedades así constituidas para las cuales aún no hemos hallado un nombre.[41] Desde luego, no todo sucede con el mismo ritmo. Ni de la misma manera. Y, sobre todo, no todo tiene las mismas intenciones ni, aparentemente, las mismas consecuencias históricas. Pero estos fenómenos proliferan a un ritmo exponencial y, con frecuencia, en lugares imprevistos. Circunstancia que nos sugiere ciertas conclusiones.

41 Entre ellas, Municipalidad SA. Brian Schwegler (2007: 23) ha descrito el sorprendente caso de Komárno y Komáron, ciudades gemelas separadas por la frontera entre Eslovaquia y Hungría. Si bien su población primordial es húngara, parece que manifiestan ahora una identidad *cultural* urbana que les es propia. Y parecería también que la están transformando en mercancía. Con franco desdén por las nacionalidades en las cuales está inscripta, esa identidad se expresa en esfuerzos por "iniciar una cooperación transfronteriza en el campo de las marcas culturales y el turismo", colaboración fundamentada en un "perfil de consumidor [...] que siente nostalgia por la época de los Habsburgo".

Conclusión

No hemos escrito todo esto para elogiar la Etnicidad S.A. Tampoco para encomiar una adquisición de poder que depende en gran medida de la transformación de la cultura en mercancía bajo el Imperio del Mercado. Nos molestan también la naturalización de la identidad cultural, la ofensiva radical que la etnicidad-empresa plantea contra otros epistemas, el silencioso deterioro de antiguos principios de movilización y politización. Al mismo tiempo, lo reconocemos, hemos intentado comprenderla, descubrir por qué atrae: hemos tratado de comprender en qué reside su promesa de abrir paso a nuevas formas de autorrealización, nuevos sentimientos, nuevos derechos y riquezas. Y lo hemos intentado a pesar de que entraña muchísimos costos y contradicciones pues encarna *a la vez*, posibilidades de insurgencia *y* una tendencia a profundizar las líneas predominantes de desigualdad; implica *a la vez*, capacidad de fomentar *y* de inhibir y tiene, *a la vez*, el poder de dar aliento y de aniquilar. Como cierto número de antropólogos críticos lo han señalado, algunos de esos costos y contradicciones tienen su origen en la creciente hegemonía del régimen global de propiedad intelectual. Y también en el impulso para reducir la cultura a una posesión que puede ser objeto de un copyright "natural". Todos estos hechos se destacan aun más, se vuelven innegablemente penosos ante una realidad más que concreta: que en muchas regiones del mundo pobres hasta la desesperación, la endeblez de otros modos de producir ingresos ha dejado como único medio viable de supervivencia la venta de productos culturales y de los simulacros de individualidad etnicizada. El hecho de que esta constelación de circunstancias se transforme, imaginativamente, en un acto *concreto* de elección, en una reivindicación *concreta* de la identidad –por no hablar de que constituya un fundamento sustentable para la vida comunitaria– es harina de otro costal, es cuestión de la contingencia histórica (cf. Rasool, 2006).

Tampoco tenemos aquí la intención de iniciar una crítica sobre las condiciones que dieron origen a la Etnicidad S.A. ni de evaluar sus consecuencias de largo plazo. Sin duda, hemos sugerido que la economía de la identidad alimenta una profunda ambivalencia en la vida moderna y se alimenta de ella: una sensación de exilio del "auténtico" ser que procura compensarse en los contactos con la "otredad" auténtica, si bien en su forma consumible. También hemos dicho que es probable que continúe haciéndolo con una energía cada vez mayor, proveniente de los medios. Pero todas estas cuestiones pueden abordarse mejor en trabajos de otro tipo. Nuestro modesto objetivo en este libro ha sido identificar un fenómeno histórico emergente, escudriñarlo y describir su anatomía. Se trata de un fenómeno disperso que, por esa misma razón, ha eludido el abordaje académico sistemático, en buena medida porque la preocupación permanente por las expresiones *políticas* manifiestas de la conciencia étnica sigue distrayendo la atención de otros fenómenos, a saber: (i) su reconstrucción ontológica en la economía ética y política del presente y (ii) las dimensiones afectivas que tiene su transformación en mercancía.

De modo que, repasemos por última vez nuestra argumentación.

La etnicidad-empresa, Etnicidad S.A. –que en su forma madura es una proyección del sujeto emprendedor del neoliberalismo sobre el plano de la existencia colectiva– nace de una dialéctica lábil y poco rigurosa: el contrapunto entre, por un lado, la constitución de la identidad como persona jurídica o ideal y, por el otro, la transformación de la cultura en mercancía. Si bien puede surgir de cualquiera de esos dos "momentos" –recordemos el contraste entre los san y los bafokeng, o la contraposición entre distintos pueblos originarios de América del Norte–, con el tiempo, parecería que cada uno de esos polos dialécticos busca completarse en el otro. No obstante, lo hacen de diversas maneras y por caminos también distintos. En síntesis, en líneas generales, la *forma* de esa dialéctica puede parecerse en todas partes. Y puede exhibir las características comunes que expusimos en el capítulo 3: obsesión por la pertenencia y sus fronteras; intervención de capital externo, un nexo contraintuitivo entre la empresa y la etnogénesis, reivindicación de la soberanía pero en contra del Estado, un énfasis fundacional en el territorio y un frecuente recurrir a la guerra jurídica. No obstante, su *sustancia* es muy diversa en todos estos aspectos. También difiere con respecto a la velocidad con que se autoelabora, en cuanto al papel que desempeñan en ella las "externalidades", en cuanto al peso proporcional de los dos polos dialécticos, en cuanto a la manera en que se interpolan en el contexto "local" al que acaban incorporándose y, finalmente, en cuanto al grado en que el proceso se consuma, esto es, el

grado en que la diferencia se elabora hasta transformarse en una economía de la identidad plena. Además, es un proceso propenso a la intervención de los regímenes, las instituciones y las prácticas de un capitalismo cuya propia historia en el presente está en construcción. Y es igualmente susceptible a la intervención del Estado, que a su vez se va transformando a medida que se ve compelido a regular la etnicidad-empresa, algunas veces por elección y otras por necesidad. Es un proceso abierto, además, porque las fuerzas de abstracción implícitas en la constitución de la identidad como persona jurídica y en la transformación de la cultura en mercancía están mediadas por la pragmática de la vida cotidiana. Ahí, en el terreno de la existencia concreta, los seres humanos vivientes influyen sobre las tendencias generalizadoras del mercado y sufren su influencia. Así, de esta manera, la cultura y su transformación en mercancía se constituyen mutuamente, son parte, por así decirlo, de una coproducción.[1] Recurriendo a ejemplos de lugares muy diversos y distantes, intentamos ilustrar, precisamente, cómo esas dos vertientes se contraponen en la formación de los futuros étnicos. Y también en la formación de los futuros de la etnicidad.

A su vez, todas estas reflexiones nos llevan de nuevo a los interrogantes que planteamos al finalizar el capítulo 1. ¿Qué papel desempeña exactamente el auge neoliberal, concebido con sentido amplio, en la constitución de la identidad como persona ideal o jurídica? Si se nos permite ser tan poco sutiles, ¿quiénes son sus principales beneficiarios? ¿Quién lo padece y en qué medida? ¿Cuáles son las consecuencias de esta Etnicidad S.A. para las etnopolíticas cotidianas, incluso para las que se llevan adelante por medios violentos? ¿Y cuáles son también sus consecuencias para ese afecto que, según se dice, constituye el corazón mismo de la conciencia étnica? ¿Es probable que alguna región, alguno de los dominios del nuevo orden global, consiga eludir los procesos que hemos descrito?

Es evidente que la respuesta a la primera pregunta constituye el *leitmotif* de nuestra exposición. Si bien la constitución de la identidad como persona jurídica y la transformación de la cultura en mercancía –o elementos de ambos procesos, al menos– son anteriores al momento actual, su maduración en eso que llamamos la Etnicidad S.A., tal como la cono-

1 Esta visión de la Etnicidad S.A., la etnicidad-empresa, que la concibe como una "abstracción concreta", proceso a la vez específico y general, es un eco de la profunda lectura que hizo Moishe Postone (1993: 127-128) de lo que dijo Marx acerca de "el carácter dual del trabajo productor de mercancías" –y, por ende, de la transformación en la forma mercancía que él consideraba medular en el capitalismo.

cemos hoy, está estrechamente vinculada con la historia contemporánea del capital: a) producción de un sujeto emprendedor (singular) y de un sujeto etnoempresario (colectivo); b) hegemonía de un voraz régimen de propiedad intelectual que ha reducido aspectos otrora intocables del ser biológico y cultural a derechos enajenables, activos inmateriales, efectos privados; c) globalización de la economía de la diferencia y del deseo; d) judicialización de la vida social y política en una escala inimaginable en el pasado. Y muchas cosas más.

Ésa es una respuesta sencilla. Es más difícil responder quién se beneficia con esos procesos y quién los padece, y en qué proporción. Precisamente porque la Etnicidad S.A. –la etnicidad-empresa– surge de una dialéctica compleja con final abierto, sus consecuencias políticas, económicas y éticas son muy poco claras. Tan poco claras, de hecho, como las promesas del neoliberalismo. Para muchos de los que abogan en pro de la economía de la identidad en los pueblos indígenas (y, para ser francos, para muchos antropólogos), ella abre posibilidades casi milagrosas para pueblos profanados y sumidos en la miseria, pueblos que carecen todavía de todo poder y están hundidos en la desesperación. ¿Quién puede negarles a los pueblos originarios de América del Norte, a los san, a los sudafricanos autóctonos o a cualquier otro pueblo el derecho a un ingreso que proviene del capitalismo de casino, el turismo cultural y/o cualquier otro medio de vender sus diferencias? ¿Alguien negaría ese derecho; alguien debe negarlo? No obstante, está aún por verse si la etnoempresa aumentará *efectivamente* la prosperidad, el bienestar general de quienes la contemplan como una panacea, o si, en cambio, terminará por exacerbar o reinventar viejas formas de extracción y desigualdad. Como advierten con acierto Mathers y Landau (2007: 253), para dar un solo ejemplo, la *raison d'être* ostensible del turismo "orgullosamente sudafricano" es "lograr que los sudafricanos carenciados adquieran autonomía". Sin embargo, ese turismo se apoya "en gran medida en un imaginario colonial intrínseca (aunque implícitamente) racista". Además, el botín obtenido es *sumamente* desigual y agrava las antiguas divisiones de color y de clase en lugar de borrarlas. Ocurre algo similar con el capitalismo de casino en los Estados Unidos: no sucede solamente que los acuerdos de reparto de beneficios han otorgado ganancias desproporcionadas a unos pocos capitalistas de riesgo "foráneos". No: los fundamentos jurídicos de esas operaciones han hecho que las aspiraciones soberanas de algunos pueblos originarios –y, por ende, su ser político– se transformen en objetos transables, a veces como bienes raíces, a veces mediante otras transacciones cuyos "socios" activos a menudo no son indios. Los pomo son un caso paradigmático en este sentido, pero no son

los únicos indígenas cuyo territorio fue adquirido en condiciones que podrían calificarse de neocoloniales. Sin duda, los navajos se mantuvieron firmes en contra del capitalismo de casino porque los acosaba el espectro de la soberanía que así comprometían, de suerte que, cuando se decidieron a ingresar en la economía de la identidad prefirieron transformar en mercancía sus productos culturales pero no su condición jurídica.

Sin duda la etnicidad-empresa ha creado nuevas maneras de producir valor, de reclamar reconocimiento, de reivindicar la soberanía y de dar una voz con matiz afectivo a la pertenencia, y a menudo ha conseguido hacerlo frente a la total ausencia de alternativas. Como hemos dicho, ocurre además que las etnomercancías son objetos peculiares: es tan probable que su comercialización masiva infunda nueva vida a las identidades culturales como que corroa las diferencias en que se fundamentan aunque, en el curso de ese proceso, puede reformular una identidad *sui generis* en muchos aspectos. Pero esas mercancías también son vulnerables a los caprichos del comercio, el cual exige que la enajenación del patrimonio cultural logre un inestable equilibrio entre el exotismo y la banalización, situación que a menudo requiere que los "nativos" se representen a sí mismos de un modo que sea comprensible para el consumidor de otredad. En ciertas ocasiones, los costos se consideran demasiado altos y los riesgos de pérdida demasiado grandes. "No podemos organizarnos para ser exclusivamente un destino turístico", declaró un miembro ya mayor de la familia real lovedu a Liz McGregor al hablar de Modjadji, el célebre territorio de la "Reina de la Lluvia", en Sudáfrica (Krige y Krige, 1943). Dicho sea de paso, Modjadi I, primera reina lovedu, era la mítica *Ella*, de la novela de Rider Haggard sobre África que es hoy una obra clásica en su género (1991 [1887]).[2] "Sería un precio excesivamente alto. Tenemos una tradición muy vigorosa, pero si nos desprendemos de ella, ya no la tendremos más." No es ése, tampoco, el único peligro que advierten. Como no han tardado en descubrir muchos, una vez constituida la economía de la identidad, el comercio étnico suele agudizar las líneas divisorias entre el enriquecimiento y la exclusión: de allí la "expulsión" de "bosquimanos falsos" por parte de algunos san; la preocupación del rey bafokeng por la influencia de los forasteros, y el no reconocimiento de la pertenencia a la tribu de algunos individuos por parte de los pueblos originarios de los Estados Unidos. El Negocio de la

2 Quien quiera leer una reseña de *The realm of a Rain Queen* (Krige y Krige, 1943), que comienza con una alusión a la "famosa y fantástica historia de 'Ella, la que debe ser obedecida'", según escribió Haggard, puede consultar a Meek (1944: 274-278).

Diferencia –apropiado con frecuencia por grandes personajes de adentro y de afuera– fomenta en todas partes nuevas divisiones y desigualdades: líneas de clivaje que tornan invisibles, o translúcidos, a aquellos que el proceso mismo de constitución de la identidad como persona jurídica borra en su pertenencia y en sus reclamos de beneficios materiales. Ésa es la contradicción inmanente, la doble cara –como la de Jano– de la etnicidad-empresa, la nacionalidad-empresa, la divinidad-empresa y la localidad-empresa.

Cualquier comentario sobre los aspectos soterrados de la Etnicidad S.A., apunta a la cuestión de la etnopolítica, específicamente, la etnopolítica de la violencia. ¿La constitución de la identidad como persona ideal no acarrea consigo una energía oscura, la posibilidad de fomentar las divisiones y el disenso, incluso la de azuzar los odios homicidas? Más en general, ¿cuál es la relación que existe entre la transformación del ser cultural en mercancía y los enfrentamientos violentos que a menudo se vinculan con las proclamas de conciencia étnica, pertenencia y derechos inalienables?

Puestos a contestar muy sucintamente, podemos decir que la etnicidad-empresa por sí misma puede incubar violencia o puede impregnar conflictos ya existentes. También puede desplazar esos conflictos hacia la esfera del comercio, sublimando el ejercicio de la fuerza y dirigiéndolo hacia otro tipo de transacciones. No obstante, la respuesta completa es inevitablemente más compleja. En la medida en que la política de la identidad asume diversos ropajes, no es frecuente que se reduzca a una mera función de utilidad: suponer que la pertenencia étnica equivale al burdo afán de poder o al interés sin mediaciones –se persiga éste por medio de la ley o de la guerra; se consiga a través de combates o de la constitución de empresas– es confundir su dimensión estratégica con su dimensión existencial. E implica también pasar por alto que tiene cosas en común con otros modos del ser social, ético y estético, y por ende "eleva la necesidad física a necesidad moral" (Schiller, 2004 [1795]: 28). Ni siquiera cuando se presenta como *causus belli*, se puede tomar la etnicidad al pie de la letra. "La tendencia de protagonistas y espectadores a privilegiar [la etnicidad] en la historia de las confrontaciones violentas del África contemporánea –escribe Broch-Due (2005: 6)– no debería impedirnos ver que la etnicidad no es un hecho aislado de [...] la existencia".[3] Todo lo contrario: una vez que adquiere forma concreta tiene una capacidad sobrecogedora para natura-

3 Hay quienes descartan totalmente la utilidad de la noción de "conflicto étnico", haciendo notar que las causas de este tipo de conflicto siempre radican en factores económicos y políticos más básicos; véase, por ejemplo, Gilley (2004).

lizar las identidades culturales a expensas de otros tipos de conciencia colectiva; una capacidad inquietante para conjurar comunidades de pertenencia e investirlas de afecto; para incitar pasiones y fantasías primordialistas; para valorizar lo vernáculo, sus costumbres y mercancías; para crear un universo perceptual en el que la otredad aparece como algo inmanentemente antagónico. Y, algunas veces, tiene la asombrosa capacidad de hacer todas estas cosas en diversas proporciones. Repetimos una vez más algo que dijo Bayart (2005: 40): la etnicidad es "un principio de exclusión e incluso de muerte y, simultáneamente, el vehículo de una nueva economía moral de la *polis*". No sólo una economía moral, agregamos nosotros, sino una economía-política, así, con un guión.

Una preocupación fundamental en este ensayo ha sido analizar esa economía. Sólo podremos captar plenamente los nuevos perfiles de individualidad y de socialidad que emergen en los albores del siglo XXI si comprendemos cómo y por qué la identidad cuaja en la forma propiedad: una especie de capital que inviste al sujeto emprendedor, singular y colectivo. Esta aseveración es tanto más verdadera porque la diferencia –que se manifiesta en la cultura y a través de ella– se va transformando cada vez más en mercancía y, recíprocamente, las mercancías se presentan como elementos culturales, experienciales, afectivos. Tanto más verdadera, además, en estas condiciones históricas que desligan la lucha por la supervivencia de las conocidas formas del trabajo asalariado y el ser-en-el-mundo material, y reorientan la pugna hacia la enajenación de lo inmaterial, cuyo ejemplo característico es la creación de marcas y la comercialización de valores que son de provecho para la economía de la identidad y para los que están mejor posicionados dentro de ella. Incluso cuando no recurren a las armas, los medios y los fines de esa economía son violentos a su manera, especialmente en las modalidades de exclusión y de borramiento. No por casualidad se ha dicho que el comercio "es la guerra por otros medios", como la política, las contiendas jurídicas y algunas otras actividades. Como la propia frase de Clausewitz, este hecho no es novedoso ni se limita a la etnoempresa. Pero las mismas fuerzas históricas que han aguzado la conciencia de la diferencia en todo el planeta y la han transformado en el fundamento de tantas luchas recientes por la soberanía, el territorio, los recursos y los derechos, la han puesto también al alcance de otras operaciones, sustentando la creación de nuevas entidades jurídicas y la mercantilización.

No obstante, el problema planteado persiste. ¿En qué condiciones un pueblo se siente predispuesto a perseguir sus objetivos, su destino manifiesto, por medio de los negocios en lugar de hacerlo derramando sangre,

o prefiere lograr sus metas por medio del comercio en lugar de la coacción política? ¿En qué circunstancias es probable que trafique en lugar de combatir con los otros-enemigos? No hay respuestas para estos enigmas, al menos no en este momento. Aparentemente, las decisiones dependen de contingencias históricas y de las ecologías de la diferencia que esas contingencias generan. El interrogante inverso tampoco tiene una respuesta sencilla: ¿en qué circunstancias la gente está dispuesta a matar, a cometer atrocidades o a entregar la vida por la identidad? Con todo, este último interrogante ha recibido mucha más atención en el campo de las ciencias sociales.[4] Se ha dicho que había algunos factores que auguraban esa explosión de violencia fundamentada en la identidad: entre ellos, los cambios en la composición de las poblaciones étnicas y en la localización de sus asentamientos; un empobrecimiento extremo y la disputa por los recursos; las ambiciones de líderes carismáticos y el deterioro del Estado (véanse, por ejemplo, Toft, 2003; Kaufman, 2001; Broch-Due, 2005). El tema es que todas esas circunstancias carecen de valor predictivo. Las explosiones etnocidas siguen tomando por sorpresa a los miembros de la academia aun cuando, vistas *a posteriori*, parezcan sobredeterminadas. A la inversa, ninguno de esos "factores" nos indica cuándo el etnocidio puede adquirir la forma de etnoempresa, fenómeno que puede acaecer en los escenarios más inesperados, como los Balcanes o África oriental, en los cuales los conflictos sangrientos –que tienen sus raíces políticas y materiales en un pasado relativamente reciente– suelen atribuirse a odios étnicos ancestrales e insuperables

Cuando las luchas de este tipo se fusionan en la economía de la identidad, de las matanzas surge a veces el comercio y de la destrucción, el patrimonio. Pensemos en Ruanda, gobernada ahora por una "etnocracia tutsi" (Tiemessen, 2004). Allí, se fomenta con gran vigor el turismo cultural, con la siguiente frase: "Descubra un nuevo amanecer africano".[5] Se habla de consumidores de buena voluntad, "visitantes internacionales [que] quieren observar los [...] auténticos vestigios de la violencia" (Cook, 2005b: 293).

4 Buena parte de esa atención se debe a una opinión que se ha tomado como axioma: que la violencia étnica ha aumentado notablemente desde el fin de la Guerra Fría. ¿Es verdad esa afirmación? La respuesta sigue siendo objeto de polémicas; véanse al respecto Huntington (1993); Kaplan (1994) y Wallensteen y Sollenberg (1995).

5 Rwanda Development Gateway, "Cultural and heritage tourism vie for top slot in Rwanda"; http://rwandagateway.org/rubrique.php3?id_rubrique=65, consultada el 22 de agosto de 2007. A menos que lo indiquemos explícitamente, todas las frases citadas en este párrafo provienen de la misma fuente.

Los terrenos donde se llevaron a cabo las matanzas figuran en un lugar prominente de la lista. Según el material turístico, en el centro que recuerda el genocidio de Gisozi, en Kigali, se pueden ver "imágenes vívidas" y "horrendos videoclips" que cuentan la historia de los asesinatos en masa con "detalles macabros". En otras ciudades también se han inaugurado centros similares, que son en parte lugares destinados a preservar y recuperar la región y, en parte, sitios obligados de detención en los itinerarios de viaje para los extranjeros, muchos de los cuales se dirigen a otros destinos, como los hábitats tropicales de los gorilas de montaña. Tal vez el centro de conmemoración más dramático de todo el país sea uno fundado en su origen por una organización británica de beneficencia, financiada en parte por el gobierno del Reino Unido. Se halla en el sur, en la Escuela Técnica de Murambi, cuyas truculentas aulas "recuerdan uno de los peores actos de genocidio de los tiempos modernos". En ese lugar, en 1994, las milicias hutu mataron a cincuenta mil tutsis que buscaban refugio entre sus paredes. Allí se pueden ver, ostensiblemente ubicados en el mismo lugar donde cayeron, muchos cuerpos conservados en cal, según se dice a pedido de los sobrevivientes. Hay una habitación "atestada de cientos de cráneos y montones de huesos; en otra, están los niños, algunos con los petrificados brazos alzados para protegerse de los golpes que les dieron muerte".[6] El lugar se ha convertido en objeto de una enconada polémica: cierto número de ruandeses critican a la Fundación Aegis* por presentar una versión absolutamente monstruosa y unilateral del genocidio y por no haber conmemorado la matanza de un millón de personas con un espíritu afín a su cultura.[7] Por su parte, algunos visitantes se sienten consternados de que los lleven a ese lugar en las giras turísticas guiadas; otros parecen tomarlo

6 Esta cita corresponde a Sandra Laville, "Two years late and mired in controversy: The British Memorial to Rwanda's past", *Guardian*, 13 de noviembre de 2006; http://www.guardian.co.uk/rwanda/story/0,,1946300,00.html, vista el 22 de agosto de 2007. Quien quiera leer una exposición académica sobre la escuela de Murambi y la "política de conservación", puede consultar a Cook (2005b: 298-302). Adviértase que su relato como testigo ocular difiere en dos aspectos de las otras citas que hemos presentado: en primer lugar, los cuerpos *no* están en el mismo lugar donde los mataron (302) y, en segundo lugar, en la segunda habitación no hay niños sino madres que intentan proteger a sus hijos con los brazos extendidos (300).

* Aegis Fund. La información registrada en Wikipedia dice: "Aegis Trust, fundada en el año 2000, es la principal ONG británica que hace campaña para evitar el genocidio en todo el mundo. Tiene su sede en el centro que conmemora el Holocausto en el Reino Unido, inaugurado en 1995". [N. de las T.]

7 Véase "Two years late and mired in controversy".

con más calma.[8] No obstante, a todos "se les solicita que hagan donaciones" que, según dicen, "se reparten entre el guía y los otros habitantes de la zona que ayudan a mantener el lugar" (Cook, 2005b: 301).

En suma: la etnicidad permite capitalizar incluso su capacidad de destrucción. Nunca se sabe a partir de qué se puede organizar un mercado, por pequeña que sea su magnitud. Por eso, hacemos hincapié en la contingencia histórica. Como mínimo, la constitución de la etnicidad en persona ideal tiene que aprovechar diversas circunstancias inciertas. Pese a toda su arbitrariedad, la ecología es sumamente significativa: la presencia fortuita de platino, carbón, especies en peligro, flora medicinal, fauna exótica, sol. También lo es la ubicación geográfica: la bienvenida proximidad al mar o a ruinas ilustres, la facilidad de acceso al transporte masivo y a poblaciones consumidoras móviles. Las condiciones estructurales tienen también una influencia palpable: se requiere un mínimo de orden, mercados más o menos regulados, seguridad para las inversiones, regímenes gubernamentales favorables a la economía de la identidad, disponibilidad de capital de riesgo, presencia de organismos no gubernamentales que se ocupan de los derechos de las minorías. Al fin y al cabo, son esas contingencias las que determinaron el florecimiento del complejo de apuestas Mohegan Sun en Connecticut e hicieron fracasar el proyecto Kalahari Sun en las zonas desérticas de Botsuana central (véase supra, pp. 154-155). También hay que poner en la columna del débito el juego de los procesos políticos de gran escala, difícil de controlar y a veces violento. Por ejemplo, en 1999, quedó aniquilada una incipiente industria turística local en Uganda occidental cuando un grupo de visitantes extranjeros que hacían una excursión para avistar gorilas en la selva impenetrable del Parque Nacional Bwindi no se encontraron con los gorilas sino con guerrillas mucho más mortíferas[9]. En ese episodio, ocho turistas de Inglaterra, Estados Unidos y Nueva Zelanda fueron muertos a tiros por "rebeldes" *interahamwe* que habían estado involucrados en el genocidio de Ruanda de 1994, cuyas víctimas continúan sin sepultura en la Escuela de Murambi, grupos que ahora operan como fuerzas oscuras en las zonas de combate que se extienden por las fronteras de África central y oriental. Al mismo

8 Dr. Sean Gottschalk, comunicación personal, 23 de agosto de 2007.

9 Se estima que Uganda perdió el 90% del turismo extranjero a consecuencia de ese ataque. Véase Ross Herbert, "Guerrillas vs. gorillas – Tourists take on Ugandan guerrillas to see endangered gorillas", *Insight on the News*, Bnet Research Center, 9 de agosto de 1999; http://findarticles.com/p/articles/mi_m1571/is_29_15/ai_55426734, vista el 24 de agosto de 2007.

tiempo, esas zonas de combate pueden también ser la sede de economías extractivas bajo control étnico, economías en las que el comercio de piedras y metales preciosos, productos químicos y drogas coexisten en una salvaje simbiosis con las luchas por la soberanía política (véase, por ejemplo, Mbembe, 2001: 87).

Dejando de lado las contingencias, la constitución de la etnicidad como persona jurídica o ideal transita a menudo por un estrecho camino de cornisa entre lo domesticado y lo salvaje, entre lo accesible y lo remoto, entre la mismidad y la singularidad. Por su propia naturaleza, la diferencia es algo relativo que surge de las relaciones: si bien salta nítidamente a la vista cuando se la contrapone a la soterrada corriente predominante, es mucho más probable que su transformación en mercancía llegue a concretarse en las poblaciones que se definen sin ambigüedades como minorías culturales, viejas o nuevas, carenciadas o no. Y está en riesgo cuando la exclusividad de esas minorías comienza a desdibujarse. Precisamente eso es lo que sucedió cuando los negocios de los pueblos originarios de América del Norte comenzaron a competir con las empresas estadounidenses "comunes" en su propio terreno. También, cuando una marca cuyo fundamento es la identidad se vuelve chirle, la distinción desaparece. A la inversa, pueblos que antes se definían como "carentes de cultura" –es decir, de cultura en el sentido cotidiano, con minúscula– se han vuelto mucho más propensos a destacar las particularidades de su estilo de vida, su patrimonio, incluso su ser varietal. Tómese en cuenta, al respecto, que en el corazón mismo del norte global, se ha intensificado la creación de la otredad étnica, su señalamiento con signos distintivos y el correspondiente *marketing*, fenómeno que parece avanzar hacia el sur, si tenemos en cuenta ciertos acontecimientos que pasamos a enumerar. Los pueblos autóctonos cosmopolitas producen cada vez más, y sin reparar en gastos, música popular celta, bretona y andaluza; en el mercado minorista que vende lo aristocrático como algo exótico, abundan las "casas solariegas" de estilo británico; son innumerables los escenarios históricos, como el que representa la Williamsburg colonial, donde se resucita el pasado transformándolo en otro país, más vistoso. Con todo, en este aspecto también hay límites. Por mucho empeño y astucia que se haya invertido en esos proyectos, nadie ha conseguido transformar las lúgubres ciudades postindustriales del norte del estado de Nueva York, el norte de Inglaterra y la ex Alemania oriental en sitios atractivos para los turistas que se interesan por el patrimonio cultural.

¿Acaso este hecho significa que algunos sujetos que tienen una marca étnica y sus objetos son *intrínsecamente* más proclives a esos procesos, son

más propensos que otros a esta conversión en mercancía? Una vez más, tenemos que repetir que las generalidades se ven matizadas por las exigencias de lo particular. El atractivo es fundamental a los ojos (meticulosamente condicionados) del espectador (históricamente situado). Y el valor para el mercado depende de ese atractivo. En un mundo obsesionado por la estética sociosexual de la delgadez, se puede hablar de una relación directa entre ella y la enorme rentabilidad de la hoodia, ese cactus "tan feo". Más aun, la manufactura de etnomercancías –y junto con ellas su "belleza" vernácula– nace a veces de los hallazgos casuales del comercio o está influida por ellos. Hace unos quince años más o menos, hicimos una visita a nuestra alfarera tsuana predilecta, que vivía en la provincia noroccidental de Sudáfrica, que era una zona rural. De inmediato nos dimos cuenta de que sus lindos jarros de cerveza –destinados antes, sobre todo, al uso doméstico– tenían la mitad del tamaño que diez años atrás. "¿Por qué", le preguntamos. Sacudió la cabeza: ¿acaso no era evidente? Sus piezas de alfarería tenían que caber en los portaequipajes de los aviones que llevaban a sus clientes de regreso al hogar. Ella pensaba que esa forma más compacta las había embellecido. Las formas de etnoempresa fomentadas por las modas voyerísticas son menos amables. Entre ellas, podemos citar el "turismo de la pobreza",[10] ideado para consumo de personas privilegiadas económicamente, donde la miseria que se exhibe tiene a menudo rasgos étnicos. En Sudáfrica, se pasea cada vez más a los turistas de ultramar por distritos urbanos pobres de toda pobreza: los itinerarios comprenden "tradicionales" tragos de cerveza, visitas al interior de las viviendas y paradas en lugares donde atienden curanderos "auténticos", donde hay grifos comunitarios para abastecerse de agua y puestos de comida que venden manjares tan autóctonos como los llamados "walkie-talkies" (cabezas y patas de pollos) a los habitantes del lugar que no pueden pagar nada mejor. Todo ello es parte del sabor auténtico de una típica visita guiada a una aldea cultural.

Agreguemos a la receta un escalofrío de peligro.

Los distritos urbanos de Sudáfrica cargan con el sambenito de estar asediados por el delito, de ser violentos, indomeñables. A veces los turistas son asaltados a punta de pistola, como ocurrió en diciembre de 2005, con un ómnibus entero que transportaba... agentes de viaje de Alemania.[11] Esas excursiones convierten al turismo cultural en la pareja obligada del

10 Ingrid Melander, "'Poverty tourism' injects money into townships: Foreign visitor boom", *Cape Times*, 24 de agosto de 2007, p. 9.

11 "German travel agents robbed in South African township", Bnet Research Center, diciembre de 2005.

turismo "extravagante", que pasea a los viajeros afectos a lo "monstruoso chic" por zonas de guerra, cárceles, villas miseria y barrios abandonados y saqueados. Si bien, en su mayor parte, la etnicidad-empresa –especialmente en sus formas más elaboradas, que implican gran capitalización– suele florecer en ambientes de ecología social segura, también puede prosperar en los intersticios que se forman entre lo escabroso y lo plácido, lo desenfrenado y lo previsible. Pero, desde luego, nada demasiado escabroso ni demasiado desenfrenado. De más está decir que estas cosas son endebles: los mercados étnicos y las fortunas de los que lucran con ellos también son víctimas a veces de las cambiantes geografías de inestabilidad política y terror, como les ocurrió a los turistas que querían observar los gorilas de Uganda y fueron asesinados por la guerrilla. El humorista sudafricano Mark Banks captó hace algunos años con penetrante malicia esta situación. En un *sketch* titulado "Shricko Tours",* Banks es gerente de una agencia de viajes que garantiza a sus clientes de ultramar una experiencia absolutamente exclusiva y auténtica de las prácticas consuetudinarias del lugar (léase "africanas"). Por ejemplo, un asalto. Pero los turistas no tienen por qué preocuparse: el contrato incluye una licencia para disparar sobre las especies autóctonas "no protegidas", entre las cuales se cuentan los ciudadanos indígenas (es decir, negros) pero no las especies silvestres "en peligro de extinción".[12] Todo lo que venimos contando muestra a las claras las absurdas situaciones que se plantean en el rubro del consumo de la "vida tal como es" en las regiones donde hay conflictos violentos. También pone de manifiesto el lado obsceno de comerciar con exóticas y electrizantes visitas a los miserables y desesperados "otros" de la tierra. Asimismo, resulta evidente que, en el tráfico con la diferencia, la cultura en cuanto mercancía puede abarcar incluso los terrenos más inhóspitos. Aparentemente, adoptando una u otra forma, la Etnicidad S.A. puede surgir en casi cualquier lugar, si no en todos. Pues, desde el punto de vista existencial, parece motorizada por un deseo creciente de subrayar la diferencia y, a la vez, trascenderla; el deseo de entrar en contacto por un instante con esa escurridiza otredad que no podemos abarcar del todo porque para nosotros es demasiado tarde y estamos ya demasiado desapegados, demasiado acomodados.

---

* Algo así como "Tours Alarido". [N. de las T.]

12 Mark Banks, *Ek's a Doos from South Africa*, Baxter Theater, Ciudad del Cabo, agosto de 2003.

Como se les enseña con razón a todos los estudiantes de posgrado, no es habitual incorporar datos nuevos en la conclusión de un libro. Acabamos de romper esa regla de oro, pero lo hemos hecho para señalar algo importante. Al mismo tiempo que escribimos, la etnicidad-empresa adquiere mayor impulso, toma otras formas, se mueve en direcciones imprevistas. En suma, estamos relatando una historia que está muy lejos de su conclusión, una historia a la que se agregan diariamente nuevas peripecias, nuevas *dramatis personae*. Si estuviéramos escribiendo estas líneas tan sólo mañana, tendríamos que añadir otro párrafo, agregar otra nota al pie; tendríamos que dejar constancia de algún otro hecho sorprendente. Podríamos, por ejemplo, referirnos a una saga que se desenvuelve en este momento en Bogotá, capital de Colombia. Allí, la Asociación de Cabildos Indígenas, organización que comprende agrupamientos urbanos, intenta ahora reunir en una coalición política a los grupos kichwa, pijao ambiká y muisca, comunidades que no tienen el carácter jurídico de "etnias" porque no poseen territorio propio en la ciudad. ¿Con qué objeto? Para construir un "centro comercial indígena". Ati Quigua, una de los líderes del movimiento, explica que la finalidad es "generar recursos, ingresos y proyectos sustentables para mejorar la calidad de vida de esta población". Al respecto, la etnógrafa Diana Bocarejo (2007) se pregunta "¿cómo sería concretamente un centro comercial indígena?", dado que el plan es dar cabida allí a las habituales tiendas de importancia en una suerte de palacio convencional de ventas minoristas destinadas al consumo de lujo. Desde el punto de vista arquitectónico, la respuesta es simple: según Quigua, la finalidad del edificio mismo es "simbolizar la indigeneidad". Pero las cosas no terminan allí. Un notable kichwa agregó que "el proyecto nos dará un espacio [...] en el cual podremos presentar nuestra cosmología [...]. Narrará la historia del lugar, habrá pequeñas plazas en las que haremos nuestros *pow wow*,* como dicen en Norteamérica, que nosotros llamamos *minga*". También habrá teatros para "presentar nuestras danzas, nuestros rituales [...], lugares donde la gente pueda estar con nosotros", sin excluir a los turistas. "¿Qué mejor lugar que un centro comercial para transformar las costumbres en mercancía y hacerlas confluir con mercancías hechas a medida, transfundiéndose? ¿Qué mejor lugar para anclar y cristalizar la indigeneidad moderna?".[13]

* Asamblea o consejo de los indígenas de América del Norte. [N. de las T.]

13 Todas las citas de este párrafo provienen de la tesis doctoral de Bocarejo (2007): a ella le debemos habernos enterado de estos casos.

De todos estos hechos se infiere que los pueblos "tradicionales" de África, América Latina, Estados Unidos y Asia –ya sea que utilicen el lenguaje de la sangre o el de de los negocios o una combinación de ambos– encuentran permanentemente maneras nuevas e ingeniosas de participar en la economía de la identidad. Es más, al exhibir sus "tradiciones" con este fin, han devenido totalmente modernos, si bien cada uno a su manera. O bien, como la tribu indígena que mencionamos en el capítulo 3, superan de un salto lo moderno y se zambullen directamente en lo "pomo" que, por encima de cualquier otra cosa, distorsiona, exagera y a veces lleva al absurdo los lineamientos de la modernidad. Puede suceder que nos guste o que nos disguste lo que nos promete la Etnicidad S.A. para el futuro, pero tendremos que convivir con ello y, aun más, idear una posición académica crítica para abordar sus ambiguas promesas, su visión material y moral de los tiempos por venir, y para lidiar con los profundos lazos afectivos que despierta.

No ha costado mucho mostrar que, en la medida en que la Etnicidad S.A. es un proceso histórico en plena formación, se manifiesta en un abanico de hechos sin duda muy amplio. Pensemos el caso no tan evidente de Namibia, país poscolonial que tiene menos de dos millones de habitantes, una gran población rural carente de trabajo, ciudadanos indígenas convertidos por los ex amos coloniales en un grupo con sentimientos étnicos difíciles de controlar y una "africanidad real" que se ha puesto a la venta (lámina 9). En un extremo del espectro están las mujeres herero ataviadas con trajes "tradicionales" muy ornamentados (Hendrickson, 1996: 223-226), ropas que, de hecho son las de los primeros conversos al cristianismo: vestidos de estilo victoriano hechos con oscuras telas estampadas de algodón coronados por extravagantes tocados para la cabeza que tienen la forma de cuernos de bueyes prestos para la lucha. Esas personas exhiben su identidad herero al ojo fotográfico foráneo por unos pocos dólares de Namibia. Es interesante subrayar que a menudo llevan en brazos una muñequita que es un réplica exacta de ellas mismas, como si ofrecieran un simulacro en miniatura junto con su identidad exótica encarnada, y así enajenaran en forma condensada su sustancia étnica pero no su yo (véase la lámina 10).[14] En el otro extremo del espectro, están los san que participan de la etnicización corporativa basada en la *Hoodia gordonii*. En el medio,

14 Las mujeres herero se han ofrecido durante varias décadas como objetos fotográficos impregnados de etnicidad, completadas por sus muñecas. Un colega de la Universidad de Witwatersrand nos ha contado que, hace muchos años, en Windhoek, observó espectáculos similares.

están las pequeñas comunidades damara que a duras penas logran vivir vendiendo por una miseria objetos que consideran productos étnicos propios, aunque más no fuera en su fantasía. Algo análogo se puede decir de los miembros de ese clan patrilineal de Blaauwkrans, constituido por once hogares, que viven a la vera de la polvorienta ruta C39, camino de huella que une el pequeño centro regional de Khorixas con la bahía Torra, en la árida *Skeleton Coast* [Costa de los Esqueletos]: ellos han instalado destartalados puestos junto a la ruta, en los cuales se ven carteles pintados a mano que anuncian que hay allí un "Graft Market" (sic).* En ese lugar, los pobladores imploran a los viajeros que pasan –por lo general a toda velocidad en vehículos de doble tracción– que les compren objetos tan diversos como bocetos hechos con las heces de elefantes que habitan la zona, adornos hechos con juncos y semillas, y piedras "semipreciosas" recogidas al pie de los montes cercanos (lámina 11a). Los adornos y las piedras son muy comunes en toda Namibia central, pero los vendedores insisten en que las que ellos ofrecen son objetos típicos "damara" (lámina 11b), de cuya venta depende la supervivencia de la población damara en ese lugar.[15] Lo que ocurre en Namibia se repite en muchos otros lugares. En todo caso, la franja de circunstancias sobre la cual va tomando forma la Etnicidad S.A. se ensancha sin cesar, en proporción directa a las posibilidades imaginativas, afectivas y materiales que genera.

Ahora bien, *¿por qué razón*, la Etnicidad S.A., la etnicidad-empresa está tan en auge? ¿Por qué en este momento? La respuesta simple es que "para formar parte de una economía de consumo", en especial, de una economía en la cual la identidad social está casi totalmente mediada por procesos de transformación en mercancía, "la etnicidad misma debe transformarse en una mercancía" (Bankston y Henry, 2000: 403, 385). Con mayor sutileza tal vez, se podría decir que el proceso se debe a que la propia economía de la identidad es producto de una fusión –la fusión caliente y fría a la vez, si se quiere– de las tres características elementales de la actualidad neoliberal: la apoteosis de la propiedad intelectual y la reducción de la cultura a propiedad intelectual con mayor o menor coacción; el desplazamiento de la

* El error que señalan los Comaroff es que los pobladores pretenden anunciar un mercado de artesanías (*Craft Market* en inglés), pero ni siquiera han podido escribirlo como corresponde. [N. de las T.]

15 Visitamos ese "*graft market*" el 27 de agosto de 2006. Los tres vendedores con quienes entablamos conversación eran hombres jóvenes procedentes de Blaauwkrans. Aparentemente, la técnica de fabricación de papel con heces de elefante fue difundida por una ONG que alguna vez intentó enseñar distintas artesanías a los pobladores, pero que luego se trasladó a algún otro lugar.

política hacia el ámbito de lo jurídico, y la creciente naturalización del tropo de la identidad, en especial de la identidad cultural, que aparece como esencia y, a la vez, como objeto de elección, construcción y consumo. Esa triple fusión es el terreno *por excelencia* de la acción colectiva en la Era del Espíritu de Empresa y el Capital Humano. Se puede decir que ésa es la encrucijada decisiva, si no en el camino hacia Damasco, al menos en el camino hacia el Neo Mundo Feliz.

Bibliografía

Abu El-Haj, Nadia (s/f), *Genetic anthropology: The history of the Jews and the making of a discipline* (en preparación).

Adorno, Theodor W. (2006), "Culture industry reconsidered", *The Adorno Reader*, ed. de Brian O'Connor, Oxford, Blackwell.

Adorno, Theodor W. y Max Horkheimer (1979) [1945], *The dialectic of enlightenment*, trad. al inglés de John Cumming, Londres, Verso [trad. esp.: *Dialéctica del iluminismo*, trad. de H. A. Murena, Buenos Aires, Sur, 1971].

African Studies Association (2001), Special edition on ethnicity, *African Issues* 29, Nº 1-2.

Agamben, Giorgio (1998), *Homo Sacer: Sovereign power and bare life*, trad. al inglés de Daniel Heller-Roazen, Stanford, Stanford University Press [trad. esp.: *Homo sacer. El poder soberano y la nuda vida*, trad. de Antonio Gimeno Cuspinero, Valencia, Pre-Textos, 2003].

Ahmed, Asad (2006), "Adjudicating Muslims: Law, religion, and the state in colonial India and post-colonial Pakistan", tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Aleinikoff, Thomas Alexander (2002), *Semblances of sovereignty: The Constitution, the State, and American citizenship*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Alexander, Catherine (2004a), Reseña de *Who owns native culture?*, de Michael F. Brown (2003), *POLAR* 27, Nº 2, pp. 113-128.

— (2004b), "The cultures and properties of decaying buildings", *Focaal-European Journal of Anthropology* 44, pp. 48-60.

Allahar, Anton (1994), "More than an oxymoron: Ethnicity and the social construction of primordial attachment", *Canadian Ethnic Studies* 26, pp. 18-34.

Anderson, Benedict (1983), *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*, Londres, Verso [trad. esp.: *Comunidades imaginadas*, trad. de L. Suárez, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 1993].

Andrews, Lori B. y Dorothy Nelkin (2001), *Body bazaar: The market for human tissue in the biotechnology Age*, Nueva York, Crown.

Appadurai, Arjun (1990), "Disjuncture and difference in the global cultural economy", *Public Culture* 2, pp. 1-24.

Arkin, Kimberly (s/f), "Clothing, class, and ethnic ambiguity: Looking Jewish in Paris", manuscrito.

Asad, Talal (ed.) (1973), *Anthropology and the colonial encounter*, Londres, Ithaca Press.

Azarya, Victor (2004), "Globalization and international tourism in developing countries: Marginality as a commercial commodity", *Current Sociology* 52, Nº 6, pp. 949-967.

Banaji, Jairus (1970), "The crisis of British anthropology", *New Left Review* 64, pp. 71-85.

Bank, Marcus (1996), *Ethnicity: Anthropological constructions*, Londres/Nueva York, Routledge.

Bankston, Carl L., III, y Jacques Henry (2000), "Spectacles of ethnicity: Festivals and the commodification of ethnic culture among Louisiana Cajuns", *Sociological Spectrum* 20, pp. 337-407.

Barth, Frederick (1969), "Introduction", en F. Barth (ed.), *Ethnic groups and boundaries: The social organization of cultural difference*, Boston, Little, Brown.

Bayart, Jean-François (1993), *The State in Africa: Politics of the belly*, Nueva York, Longman.

— (2005), *The illusion of cultural identity*, trad. al inglés de Steven Rendall, Janet Roitman, Cynthia Schoch y Jonathan Derrick, Chicago, University of Chicago Press.

Beattie, John (1964), *Other cultures*, Londres, Cohen & West.

Benda Beckmann, Keebet von (1981), "Forum shopping and shopping forums: Dispute processing in a Minangkabau Village", *Journal of Loegal Pluralism* 19, pp. 117-159.

Benjamin, Walter (1968) [1936], "The work of art in the age of mechanical reproduction", en *Illuminations: Essays and reflections*, ed. de Hannah Arendt, Nueva York, Schocken Books [trad. esp.: "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", trad. de Jesús Aguirre, *Discursos interrumpidos*, Buenos Aires, Planeta-Agostini, 1994].

— (1978), "Critique of violence", en *Reflections: Essays, aphorisms, autobiographical writings*, trad. al inglés de Edmund Jephcott, ed. de Peter Demetz, Nueva York, Schocken Books [trad. esp.: *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*, trad. de Roberto Blatt, Madrid, Taurus, 1991].

— (2002), *Selected writings*, vol. 3: *1935-1938*, trad. al inglés de Edmund Jephcott, Howard Eiland *et al.*, ed. de Howard Eiland y Michael W. Jennings, Cambridge, MA, Belknap Press of Harvard University Press.

Bergh, Johan S. (2005), "'We must never forget where we come from': The Bafokeng and their land in the 19th century Transvaal", *History in Africa* 32, pp. 95-115.

Berman, Bruce, Dickson Eyoh y Will Kymilicka (2004), "Introduction", en Bruce Berman, Dickson Eyoh y Will Kymilicka (eds.), *Ethnicity and democracy in Africa*, Oxford, James Currey; Athens, Ohio University Press.

Bierce, Ambrose (1911), *The devil's dictionary*, reimpreso como *The unabridged devil's dictionary*, ed. de David E. Schultz y S. T. Joshi. Athens, University of Georgia Press, 2000 [trad. esp.: *Diccionario del diablo*, trad. de Vicente Campos, Barcelona, Círculo de Lectores, 2005].

Biolsi, Thomas (1992), *Organizing the Lakota: The political economy of the New Deal on the Pine Ridge and Rosebud Reservations*, Tucson, University of Arizona Press.

— (1995), "The birth of the reservation: Making the modern individual among the Lakota", *American Ethnologist* 22, Nº 1, pp. 28-53.

— (2005), "Imagined geographies: Sovereignty, indigenous space, and American Indian struggle", *American Ethnologist* 32, Nº 2, pp. 239-259.

Bleifuss, Joel (1998), "Know thine enemy: A brief history of corporations", en *These Times*, febrero; www.thirdworldtraveler.com/Corporations/KnowEnemy_ITT.html.

Blu, Karen (1980), *The Lumbee problem: The making of an American Indian people*, Cambridge, Cambridge University Press.

Bocarejo, Diana (2007), "Reconfiguring the political landscape after the multicultural turn: Law, politics and the spatialization of difference in Colombia", tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Bond, Patrick (2006) [2004], *Talk left, walk right: South Africa's frustrated global reforms*, 2ª ed., Scottsville, University of KwaZulu-Natal Press.

Boniface, Priscilla y Peter J. Fowler (1993), *Heritage and tourism in "The Global Village"*, Londres y Nueva York, Routledge.

Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron (1977), *Reproduction in education, society and culture*, trad. al inglés de R. Nice, Londres, Sage [trad. esp.: *La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza*, México, Fontamara, 1995].

Bozzoli, Belinda (1991), *Women of Phokeng: Consciousness, life strategy, and migrancy in South Africa, 1900-1983*, con la colaboración de Mmantho Nkotsoe, Londres, James Currey.

Breutz, Paul-Lenert (1953), *Tribes of the Rustenburg and Pilanesberg districts*, Ethnological Publications, 28, Pretoria, Government Printer.

Britton, Stephen (1991), "Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism", *Environment and Planning D: Society and Space* 9, Nº 4, pp. 451-478.

Broch-Du, Vigdis (ed.) (2005), *Violence and belonging: The quest for identity in post-colonial Africa*, Londres, Routledge.

Broodryk, Johann (2005), *Ubuntu management philosophy: Exporting ancient African wisdom into the global world*, Randburg, Knowres Publishing.

Brown, Bruce (2003), *The history of the corporation*, vol. 1, Sumas, WA, BF Communications.

Brown, Caroline (s/f), "Native, Inc.: A geography of Alaskan native politics", versión preliminar de tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Brown, Michael F. (1998), "Can culture be copyrighted?", *Current Anthropology* 19, Nº 2, pp. 193-222.

— (2003), *Who owns native culture?*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Brown, Wendy (1995), *States of injury: Power and freedom in late modernity*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

— (2003), "Neo-liberalism and the end of liberal democracy", *Theory and Event* 7, Nº 1, pp. 1-29.

Bruner, Edward M. (1999), "Abraham Lincoln as authentic reproduction: A critique of postmodernism", *American Anthropologist* 96, Nº 2, pp. 397-415.

Buck-Morss, Susan (1989), *The dialectics of seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*, Cambridge, MA, MIT Press.

Bunn, David (2001), "Comaroff country", *Interventions* 3, Nº 1, pp. 5-23.

Cameron, Greg (2004), "The globalization of Indigenous rights in Tanzanian Pastoralist NGOs", en Alan Bicker, Paul Sillitoe y Johan Pottier (eds.), *Development and local knowledge: New approaches to issues in natural resource management, conservation and agriculture*, Nueva York y Londres, Routledge.

Campisi, Jack (1991), *The Mashpee Indians: Tribe on trial*, Syracuse, Syracuse University Press.

Castells, Manuel (2004), *The information age*, vol. 2: *The power of identity*, 2ª ed., Malden, MA, Blackwell.

Castile, George Pierre (1996), "The commodification of Indian identity", *American Anthropologist* 98, Nº 4, pp. 743-749.

Cattelino, Jessica R. (2004), "Casino roots: The cultural production of twentieth-century Seminole economic development", en Brian Hosmer y Colleen O'Neill (eds.), *Native Pathways: Economic development and American Indian culture in the twentieth century*, Boulder, CO, University of Colorado Press.

— (2005), "Tribal gaming and indigenous sovereignty, with notes from Seminole country. Special issue on Indigenous People of the United States", *American Studies* 46, Nº 3-4, pp. 187-204. Publicado también en *Indigenous Studies Today* 1, otoño de 2005-primavera de 2006).

— (2008), *High stakes: Florida Seminole gaming, sovereignty, and the social meanings of Casino wealth*, Durham, Duke University Press.

Cawthorn, R. G. (1999), "The discovery of the Platiniferous Merensky Reef in 1924", *South African Journal of Geology* 102, pp. 178-183.

Chabal, Patrick y Jean-Pascal Daloz (2006), *Culture troubles: Politics and the interpretation of meaning*, Chicago, University of Chicago Press.

Chambers, Erve (2000), *Native tours: The anthropology of travel and tourism*, Prospect Heights, IL, Waveland Press.

Chanock, Martin (2000), "'Culture' and human rights: Orientalising, occidentalising and authenticity", en Mahmood Mamdani (ed.), *Beyond rights talk and culture talk: Comparative essays on the politics of rights and culture*, Nueva York, St. Martin's Press.

Chennells, Roger (2006), "Report on the land rights of the !Khomani San: For the Commission on Restitution of Land Rights, Northern Cape", manuscrito.

— (2007), "San Hoodia case: A report for *GenBenefit*", manuscrito.

— (s/f) [a], "Consulting with Indigenous Peoples' Organizations in Jamaica: A Report", manuscrito.

— (s/f) [b], "Rastafarian Tabernacle tales", manuscrito.

Chomsky, Noam (2000), *Chomsky on MisEducation*, ed. de Donaldo Macedo, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.

Clifford, James (1988), *The predicament of culture: Twentieth century ethnography, literature, and art*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Clifton, James A. (1977), *The prairie people: Continuity and change in Potowatomi Indian culture, 1665-1965*, Lawrence, University of Kentucky Press.

Coertze, Roelof Dewald (1990), *Bafokeng family law and law of succession*, Pretoria, SABRA (1ª ed. 1971, en afrikáans).

Coffey, Wallace y Rebecca Tsosie (2001), "Rethinking the tribal sovereignty doctrine: Cultural sovereignty and the collective future of Indian nations", número especial dedicado a "The state of native America and its unfolding Self-governance", *Stanford Law and Policy Review* 12, Nº 2, pp. 191-221.

Cohen, Abner (1974), "Introduction: The lesson of ethnicity", en Abner Cohen (ed.), *Urban ethnicity*, Londres, Tavistock.

Cohen, Anthony P. (1985), *The symbolic construction of community*, Londres, Tavistock.

Cohen, Eric (1983), "Hill tribe tourism", en J. McKinnon y W. Bhruksasru (eds.), *Highlanders of Thailand*, Kuala Lumpur, Oxford University Press.

Cohen, Felix S. (1941), *Handbook of federal Indian law*, Washington, U.S. Dept. of the Interior, Office of the Solicitor. [Reimpreso con el título *Cohen's handbook of federal Indian law*, Newark, NJ, LexisNexis, 2005.]

Coleman, Enid Gabriella (2005), "The social construction of freedom in free and open source software: Hackers, ethics, and the liberal tradition", tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Comaroff, Jean (1985), *Body of power, spirit of resistance: The culture and history of a South African people*, Chicago, University of Chicago Press.

Comaroff, Jean y John L. Comaroff (1991), *Of revelation and revolution*, vol. 1: *Christianity, colonialism, and consciousness in South Africa*, Chicago, University of Chicago Press.

— (2001), "Millennial capitalism: First thoughts on a second coming", en J. Comaroff y J. L. Comaroff (eds.), *Millennial capitalism and the culture of neoliberalism*, Durham, Duke University Press.

— (2002), "Second comings: Neo-protestant ethics and millennial capitalism in South Africa, and elsewhere", en P. Gifford, en colaboración con D. Archard, T. A. Hart y N. Rapport (eds.), *2000 years and beyond: Faith, identity and the common era*, Londres, Routledge.

— (2003a), "Reflections on liberalism, policulturalism, and ID-ology: Citizenship and difference in South Africa", *Social Identities* 9, Nº 4, pp. 445-474.

— (2003b), "Ethnography on an Awkward scale: Postcolonial anthropology and the violence of abstraction", *Ethnography* 4, Nº 2, pp. 147-179.

— (2008), "Nations with/out borders: Neoliberalism and the problem of belonging in Africa, and beyond", en Shalini Randeria (ed.), *Border Crossings-Grenzverschiebungen und Grenzüberschreitungen in einer globalisierten Welt*, Reihe Zürcher Hochschulforum Band 42, Zurich, vdf.

— (s/f), *The metaphysics of disorder: Crime, policing, and the State in a brave neo world* [en preparación].

Comaroff, John L. (1996), "Ethnicity, nationalism, and the politics of difference in an age of revolution", en Edwin N. Wilmsen y Patrick A. McAllister (eds.), *The politics of difference: Ethnic premises in a world of power*, Chicago, University of Chicago Press.

— (2001), "Law, culture, and colonialism: A foreword", *Law and Social Inquiry* 26, Nº 2, pp. 101-110.

Comaroff, John L. y Jean Comaroff (1997), *Of revelation and revolution*, vol. 2: *The dialectics of modernity on a South African frontier*, Chicago, University of Chicago Press.

— (1992), *Ethnography and the historical imagination*, Boulder, CO, Westview Press.

— (2004), "Policing culture, cultural policing: Law and social order in postcolonial South Africa", *Law and Social Inquiry* 29, Nº 3, pp. 513-546.

— (2006), "Law and disorder in the postcolony: An introduction", en Jean Comaroff y John L. Comaroff (eds.), *Law and disorder in the postcolony*, Chicago, University of Chicago Press.

Comaroff, Joshua Adam (2007), "Terror and territory: Guantanamo and the state of contradiction", *Public Culture* 19, Nº 2, pp. 381-405.

Connor, Walker (1994), *Ethnonationalism: The quest for understanding*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

Cook, Susan E. (2005a), "Chiefs, kings, corporatization, and democracy: A South African case study", *Brown Journal of World Affairs* 12, Nº 1, pp. 125-137.
— (2005b), "The politics of preservation in Rwanda", en S. E. Cook (ed.), *Genocide in Cambodia and Rwanda: New perspectives*, Piscataway, Transaction Publishers.
— (s/f) [a], "Caught in the act: Implications of communal land reform in South Africa", ponencia presentada en la reunión anual de la African Studies Association, Nueva Orleans, noviembre de 2004, manuscrito.
— (s/f) [b], *Language, ethnicity, and nation in the New South Africa* [en preparación].
Cook, Susan E. y Rebecca Hardin (s/f), "The culture of being Bafokeng", manuscrito.
Coombe, Rosemary J. (1993), "The properties of culture and the politics of possessing identity: Native claims in the cultural appropriation controversy", *Canadian Journal of Law and Jurisprudence* 6, Nº 2, pp. 249-285.
— (1998), *The cultural life of intellectual properties: Authorship, appropriation and the law*, Durham, Duke University Press.
— (1999), "Intellectual property, human rights, and sovereignty: New dilemmas in international law posed by the recognition of indigenous knowledge and the conservation of biodiversity", *Indiana Journal of Global Legal Studies* 6, Nº 1, pp. 59-116.
Corrigan, Philip R. D. y Derek Sayer (1985), *The great arch: English State formation as cultural revolution*, Oxford, Blackwell.
Daniel, Yvonne Payne (1996), "Tourism dance performances: Authenticity and creativity", *Annals of Tourism Research* 23, Nº 4, pp. 780-797.
Darian-Smith, Eve (2002), "Savage capitalists: Law and politics surrounding Indian Casino operations in California", *Studies in Law, Politics, and Society* 26, pp. 109-137.
Dávila, Arlene (2001), *Latinos inc.: The marketing and making of a people*, Berkeley, University of California Press.
Deloria, Vine, Jr. (1979), "Self-determination and the concept of sovereignty", en Roxanne D. Ortiz (ed.), *Economic development in American Indian reservations*, Native American Studies, University of New Mexico Development Series, 1, Albuquerque, University of New Mexico Press.
— (ed.) (2002), *The Indian Reorganization Act: Congresses and bills*, Norman, University of Oklahoma Press.
Derrida, Jacques (1988), *Limited, inc.*, Evanston, IL, Northwestern University Press [trad. esp.: en Derrida, J., *Márgenes de la filosofía*, Madrid, Cátedra, 1994, pp. 349-372.]
— (2002), "Force of law", en Gil Anidjar (ed.), *Acts of religion*, Nueva York, Routledge.
De Villiers, Berthus (1999), *Claims and national parks: The Makuleke experience*, Pretoria, Human Science Research Council.
Dirlik, Arif (2000), "Reversals, ironies, hegemonies: Notes on the contemporary historiography of modern China", en A. Dirlik, V. Bahl y P. Gran (eds.), *History after the three worlds: Post-eurocentric historiographies*, Lanham, MD, Rowman & Littlefield.
Dolgin, Janet (1990), "Status and contract in feminist legal theory of the family: A reply to Bartlett", *Women's Rights Law Reporter* 12, pp. 103-113.
Dombrowski, Kirk (2001), *Against culture: Development, politics, and religion in Indian Alaska*, Lincoln, University of Nebraska Press.

— (2002), "The praxis of indigenism and Alaska Native Timber politics", *American Anthropologist* 104, Nº 4, pp. 1062-1073.

Esman, Marjorie R. (1984), "Tourism as ethnic preservation: The Cajuns of Louisiana", *Annals of Tourism Research* 11, pp. 451-467.

Evans, Gavin (2003), "'Extinct' San Reap Rewards", en Shaun de Waal y Mondli Makhanya (eds.), *Mail & Guardian Bedside Book 2003*, Bellevue (Sudáfrica), Jacana. Publicado originalmente en *Mail & Guardian*, 3-9 de enero de 2003, 12.

Feinstein, Andrew (2007), *After the party: A personal and political journey inside the* ANC, Johannesburgo, Jonathan Ball.

Forte, Maximilian C. (1998), "Renewed indigeneity in the local-global continuum and the political economy of tradition: The case of Trinidad's Caribs and the Caribbean Organization of Indigenous People", *Issues in Caribbean Amerindian Studies*, Occasional Papers of the Caribbean Amerindian Centrelink, 1(2), septiembre de 1998-septiembre de 1999; www.centrelink.org/renewed.html.

Fortes, Meyer (1953), "The structure of unilineal descent groups", *American Anthropologist* 55, pp. 17-41.

Foucault, Michel (2004), *Naissance de la biopolitique: Cours au Collège de France, 1978-1979*, Edición crítica de Michel Senellart, bajo la dirección de François Ewald y Alessandro Fontana, París, Gallimard, Seuil [trad. esp.: *Nacimiento de la biopolítica*, trad. de Horacio Pons, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2007].

Fox, Kate (2004), *Watching the english: The hidden rules of english behaviour*, Londres, Hodder.

Frank, Thomas y Matt Weiland (eds.) (1997), *Commodify your dissent: Salvos from* The Baffler, Nueva York y Londres, W.W. Norton & Co.

Franzen, Jonathan (2001), *The corrections*, Nueva York, Farrar, Straus and Giroux.

Garland, Elizabeth (1999), "Developing bushmen: Building civil(ized) society in the Kalahari and beyond", en John L. Comaroff y Jean Comaroff (eds.), *Civil society and the political imagination in Africa: Critical perspectives, problems, paradoxes*, Chicago, University of Chicago Press.

Geertz, Clifford (1963), "The integrative revolution: Primordial sentiments and civil politics in the new states", en C. Geertz (ed.), *Old societies and new states*, Nueva York, Free Press.

Geismar, Haidy (2005), "Copyright in context: Carvings, carvers, and commodities in Vanuatu", *American Ethnologist* 32, Nº 3 , pp. 437-459.

Ghosh, Jayati (2006), "The economic and social effects of financial liberalisation", *New Agenda: South African Journal of Social and Economic Policy* 21 (1st quarter), pp. 55-59.

Gibson, James L. (2004), *Overcoming Apartheid: Can truth reconcile a divided nation?*, Nueva York, Russell Sage; Ciudad del Cabo, Human Sciences Research Council.

Gilley, Bruce (2004), "Against the concept of ethnic conflict", *Third World Quarterly* 25, Nº 6, pp. 1155-1166.

Glazer, Nathan y Daniel P. Moynihan (1970), *Beyond the melting pot: The Negroes, Puerto Ricans, Jews, Italians and Irish in New York City*, Cambridge, MA, MIT Press.

— (1975), *Ethnicity: Theory and experience*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Good, Kenneth (2003), *Bushman and diamonds: (Un)civil society in Botswana*, Uppsala, Nordiska Afrikainstitutet, Discussion Paper 23.

Gooding, Susan S. (2006), "Recognizing Indigenous America in times of war", *Political Affairs.Net* (junio).

Gordon, Robert J. (2002), "'Captured on film': Bushmen and the claptrap of performative primitives", en Paul S. Landau y Deborah D. Kaspin (eds.), *Images and empires: Visuality in colonial and postcolonial Africa*, Berkeley, University of California Press.

Graburn, Nelson H. H. (1976), "Introduction: Arts of the fourth world", en Nelson H. H. Graburn (ed.), *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the fourth world*, Berkeley, University of California Press.

Graeber, David (2002), "The anthropology of globalization (with notes on neomedievalism, and the end of the Chinese model of the nation-state)", *American Anthropologist* 104, Nº 4, pp. 1222-1227.

Graham, Laura R. (2005), "Image and instrumentality in a Xavante politics of existential recognition: The public outreach work of Eténhiritipa Pimentel Barbo", *American Ethnologist* 32, Nº 4, pp. 622-641.

Gray, Paula (2003), "People of the Dew", *Leadership* (agosto: 10-16).

Greaves, Tom (ed.) (1994), *Intellectual property rights for Indigenous Peoples: A sourcebook*, Oklahoma City, Society for Applied Anthropology.

Greene, Shane (2004), "Indigenous people incorporated?", *Current Anthropology* 45, Nº 2, pp. 211-236.

Greenwood, Davydd (1977), "Culture by the pound: An anthropological perspective on tourism as cultural commoditization", en Valene L. Smith (ed.), *Hosts and guests: The anthropology of tourism*, Filadelfia, University of Pennsylvania Press.

Gulbrandsen, Ørnulf (1995), "The king is king by grace of the people: The exercise and control of power in subject-ruler relation", *Comparative Studies in Society and History* 37, Nº 3, pp. 415-444.

Gunn, Michael (1987), "The transfer of Malagan ownership on Tabar", en Louise Lincoln (ed.), *Assemblage of spirits: Idea and image in New Ireland*, Nueva York, G. Braziller en sociedad con el Minneapolis Institute of Arts.

Haggard, H. Rider (1991), *She*, ed. de Daniel Karlin, Oxford, Oxford University Press (Oxford World's Classics) (1ª ed., *She: A history of adventure*, Londres, Longmans, Green, 1887) [trad. esp.: *Ella*, trad. de Sonia Tribaldos, Madrid, Valdemar, 1998].

Hall, Stuart (1996), "New ethnicities", en David Morley y Kuan-Hsing Chen (eds.), *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*, Nueva York, Routledge.

Halter, Marilyn (2000), *Shopping for identity: The marketing of rthnicity*, Nueva York, Schocken Books.

Hamilton, Carolyn A. (1998), *Terrific majesty: The powers of Shaka Zulu and the limits of historical invention*, Ciudad del Cabo, David Philip.

Handler, Richard y Jocelyn Linnekin (1984), "Tradition, genuine or spurious", *Journal of American Folklore* 97, Nº 2, pp. 273-290.

Harries, Patrick (1987), "'A forgotten corner of the Transvaal': Reconstructing the history of a relocated community through oral testimony and song", en Belinda Bozzoli (ed.), *Class, community and conflict*, Johannesburgo, Ravan Press.

Harvey, David (1990), *The condition of postmodernity: An enquiry into the origins of cultural change*, Oxford, Blackwell.

Harvey, Sioux (2000), "Winning the sovereignty Jackpot: The Indian Gaming Regulatory Act and the struggle for sovereignty", en Angela Mullis y David Kamper

(eds.), *Indian Gaming: who wins?*, Contemporary Indian Issues, 9, Los Ángeles, UCLA American Indian Studies Center.

Hebdige, Dick (1979), *Subculture: The meaning of style*, Nueva York, Methuen.

Hendrickson, Hildi (1996), "Bodies and flags: The representation of Herero identity in colonial Namibia", en H. Hendrickson (ed.), *Clothing and difference: Embodied identities in colonial and post-colonial Africa*, Durham, Duke University Press.

Hewison, Robert (1987), *The Heritage industry: Britain in a climate of decline*, Londres, Methuen.

Hillman, Ben (2003), "Paradise under construction: Minorities, myths and modernity in Northwest Yunnan", *Asian Ethnicity* 4, Nº 2, pp. 175-188.

Hitchcock, Robert K., Kazunobu Ikeya, Megan Biesele y Richard B. Lee (2006), "Introduction: updating the San, image and reality of an African people in the twenty first century", en R. K. Hitchcock, K. Ikeya, M. Biesele y R. B. Lee (eds.), *Updating the San: Image and reality of an African People in the 21st first century*, Senri Ethnological Studies, 70, Osaka, National Museum of Ethnology.

Hobsbawm, Eric J. (1992), "Ethnicity and nationalism in Europe today", *Anthropology Today* 8, pp. 3-8.

Hobsbawm, Eric J. y Terence O. Ranger (eds.), (1983), *The invention of tradition*, Cambridge, Cambridge University Press [trad. esp.: *La invención de la tradición*, trad. de Omar Rodríguez, Barcelona, Crítica, 2002].

Hollowell-Zimmer, Julie (2001), "Intellectual property protection for Alaska native arts", *Cultural Survival* 24, Nº 4; http://www.culturalsurvival.org/search/node/"Intellectual%20property%20protection%20for%20Alaska%20native%20arts".

Howard, Peter (2003), *Heritage: Management, interpretation, identity*, Londres, Continuum.

Horton, Scott (2007), "State of exception: Bush's war on the rule of law", *Harper's Magazine* 315, Nº 1886, julio, pp. 74-81.

Huntington, Samuel P. (1993), "The clash of civilizations?", *Foreign Affairs* 72, Nº 3, pp. 22-49.

Igoe, Jim (2006), "Becoming indigenous peoples: Difference, inequality, and the globalization of East African identity politics", *Africa Affairs* 105, Nº 420, pp. 399-420.

Inter-Apache Summit on Repatriation (1995), "Inter-Apache policy on repatriation and the protection of Apache cultures", manuscrito.

Isaacson, Rupert (2002), *Healing land: A Kalahari journey*, Londres, Fourth Estate.

Jay, Anthony (1971), *Corporation man: Who he is, What he does, why his ancient tribal impulses dominate the life of the modern corporation*, Nueva York, Random House.

Jones, Peris Sean (1999), "'To come together for progress': Modernization and nation-building in South Africa's Bantustan periphery-The case of Bophuthatswana", *Journal of Southern African Studies* 25, Nº 4, pp. 579-605.

Jung, Courtney (2001), *Then I was black: South African political identities in transition*, New Haven, Yale University Press.

Jusdanis, Gregory (1998), "Beyond national culture", *Stanford Humanities Review* 6, Nº 1; www.stanford.edu/group/SHR/6-1/html/jusdanis.html#042.

Kamper, David (2000), "Introduction: The mimicry of Indian gaming", en Angela Mullis y David Kamper (eds.), *Indian gaming: Who wins?*, Los Ángeles, UCLA American Indian Studies Center.

Kapferer, Bruce (ed.) (2005), *The retreat of the social: The rise and rise of reductionism*, Nueva York y Oxford, Berghahn Books.

Kaplan, Robert D. (1994), "The coming anarchy", *Atlantic Monthly* 273, Nº 2, pp. 44-76.

Kaufman, Stuart J. (2001), *Modern hatreds: The symbolic politics of ethnic war*, Ithaca, Cornell University Press.

Keefe, Patrick Radden (2007), "Letter from Jaipur: The idol thief", *New Yorker*, 7 de mayo, pp. 58-67.

Kelly, John D. (1999), "The other Leviathans: Corporate investment and the construction of a sugar colony", en Pal Ahluwalia, Bill Ashcroft y Roger Knight (eds.), *White and deadly: Sugar and colonialism*, Commack, NY, Nova Science Publishers.

Kelly, John D. y Martha Kaplan (2001), *Represented communities: Fiji and world decolonization*, Chicago, University of Chicago Press.

Kent, Kate Peck (1976), "Pueblo and Navajo weaving traditions and the Western world", en Nelson H. H. Graburn (ed.), *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the fourth world*, Berkeley, University of California Press.

Kent, Susan (2002), "Interethnic encounters of the first kind: An introduction", en Susan Kent (ed.), *Ethnicity, hunter-gatherers, and the "other"*, Washington, DC, Smithsonian Institution Press.

Kersey, Harry A., Jr. (1992), "Seminoles and Miccosukees: A century in retrospective", en J. Anthony Paredes (ed.), *Indians of the Southeastern United States in the late twentieth century*, Tuscaloosa, University of Alabama Press.

Kirshenblatt-Gimblett, Barbara (1998), *Destination culture: Tourism, museums, and heritage*, Berkeley, University of California Press.

— (2006), "World heritage and cultural economics", en Ivan Karp, Corrine A. Kratz, Lynn Szwaja y Tomás Ybarra-Frausto (eds.), *Museum frictions: Public cultures/ global tranformations*, Durham, Duke University Press.

Knoppers, Bartha Maria (1999), "Status, sale and patenting of human genetic material: An international survey", *Nature Genetics* 22, pp. 23-26.

Korten, David C. (1996), *When corporations rule the world*, West Hartford, CT, Kumarian Press.

Kriel, Inge (s/f), "A rich nation of poor people: Land and ethnicity in a village of the Royal Bafokeng Nation", Ponencia presentada a la AEGIS Conference, Leiden, julio de 2007.

Krige, Eileen Jensen y Jacob Daniel Krige (1943), *The realm of a Rain-Queen: A study of the pattern of Lovedu society*, Londres, Oxford University Press for the International African Institute.

Kuper, Adam (1982), "Lineage theory: A critical retrospect", *Annual Review of Anthropology* 11, pp. 71-95.

Lathrap, Donald W. (1976), "Shipibo tourist art", en Nelson H. H. Graburn (ed.), *Ethnic and tourist arts: Cultural expressions from the fourth world*, Berkeley, University of California Press.

Lawrence, Michael y Andrew Manson (1994), "The 'Dog of the Boers': The rise and fall of Mangope in Botswana", Número especial sobre Etnicidad e Identidad en el cono sur sudafricano, *Journal of Southern African Studies* 20, Nº 3, pp. 447-461.

Lee, Richard B. (1992), "The !Kung in question: Evidence and context in the Kalahari debate", *Michigan Discussions in Anthropology* 10, pp. 9-16.

— (2002), "Solitude or servitude? Ju/'hoansi images of the colonial encounter", en Susan Kent (ed.), *Ethnicity, hunter-gatherers, and the "other"*, Washington, DC, Smithsonian Institution Press.

Lee, Richard B. e Irven Devore (eds.) (1968), *Man the hunter*, Chicago, Aldine.

Lee, Richard B. y Mathias G. Guenther (1993), "Problems in Kalahari historical ethnography and the tolerance of error", *History in Africa* 20, pp. 185-235

— (1995), "Errors corrected or compounded? A reply to Wilmsen", *Current Anthropology* 36, Nº 2, pp. 298-305.

Lemke, Thomas (2001), "'The birth of bio-politics': Michel Foucault's lecture at the Collège de France on neo-liberal governmentality", *Economy and Society* 30, Nº 2, pp. 190-207.

Lowenthal, David (1998), *The heritage crusade and the spoils of history*, Cambridge, Cambridge University Press.

MacCannell, Dean (1989), *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*, Nueva York, Schocken Books.

Mafeje, Archie (1998), "Anthropology and independent Africans: Suicide or end of an era?", *African Sociological Review* 2, Nº 1, pp. 1-43

Magubane, Bernard (1971), "A critical look at indices used in the study of social change in Africa", *Current Anthropology* 12, Nº 4-5, pp. 419-431.

Mamdani, Mahmood (2000), "Introduction", en M. Mamdani (ed.), *Beyond rights Yalk and culture Talk: Comparative essays on the politics of rights and culture*, Nueva York, St. Martin's Press.

— (2004), *Good Muslim, bad Muslim: America, the Cold War, and the roots of terror*, Nueva York, Pantheon Books.

Manson, Andrew y Bernard Mbenga (2003), "'The richest tribe in Africa': Platinum-mining and the Bafokeng in South Africa's North West Province", *Journal of Southern African Studies* 29, Nº 1, pp. 25-47.

Marx, Karl (1988), *Economic and philosophical manuscripts of 1844*, traducción al inglés *de* Martin Milligan, Great Books in Philosophy, Amherst, NY, Prometheus (forma parte de un volumen que también contiene la versión en inglés del Manifiesto Comunista de Karl Marx y Frederick Engels) [trad. esp. varias: *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*, Buenos Aires, Colihue, 2004, traducción del alemán de Miguel Vedda, Fernanda Aren y Silvina Rotemberg; *Manuscritos económico-filosóficos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1966, traducción al español de Julieta Campos a partir de la traducción inglesa de T. B. Bottomore, etc.].

Mathers, Kathryn y Loren Landau (2007), "Natives, tourists, and *Makwerekwere*: Ethical concerns with 'Proudly South African' tourism", *Development Southern Africa* 24, Nº 3, pp. 523-537.

Maurer, Bill (2005), *Mutual life, limited: Islamic banking, alternative currencies, lateral reason*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

— (2006), *Pious property: Islamic mortgages in the United States*, Nueva York, Russell Sage.

Maurer, Jean-Luc y Arlette Zeigler (1988), "Tourism and Indonesian cultural minorities", en Pierre Rossel (ed.), *Tourism: Manufacturing the exotic*, Copenhage, International Work Group for Indigenous Affairs.

Mauss, Marcel (1966), *The gift*, traducción al inglés de Ian Cunnison, Londres, Cohen & West [trad. esp.: *Ensayo sobre el don*, Madrid y Buenos Aires, Katz editores, 2009].

Maybury-Lewis, David (ed.) (2002), *The politics of ethnicity: Indigenous peoples in Latin American states*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

Mazzarella, William (2003), *Shovelling smoke: Advertising and globalization in contemporary India*, Durham, Duke University Press.

— (2004), "Culture, globalization, mediation", *Annual Review of Anthropology* 33, pp. 345-367.

Mbembe, Achille (2001), *On the postcolony*, Berkeley, University of California Press.

McCrone, David, Angela Morris y Richard Kiely (1995), *Scotland the Brand: The making of Scottish heritage*, Edimburgo, Edinburgh University Press.

McLaughlin, Robert H. (2002), "Rights, remains, and material culture: Legal pluralism in native America", en Mark P. Bradley y Patrice Petro (eds.), *Truth claims: Representation and human rights*, Rutgers, Rutgers University Press.

McLuhan, Marshall (1994), *Understanding media: The extensions of man*, Cambridge, MA, MIT Press.

McNeill, Fraser, George (2007), "An ethnographic analysis of HIV/AIDS in the Venda region of South Africa: Politics, peer education and music", tesis doctoral, Universidad de Londres.

Meek, C. K. (1944), Reseña de *The realm of a Rain-Queen: A study of the pattern of Lovedu society*, de E. J Krige y J. D. Krige (1943), *Africa* 14, Nº 5, pp. 275-278.

Mezey, Naomi (1996), "The distribution of wealth, sovereignty, and Indian culture through Indian gaming", *Stanford Law Review* 48, Nº 3, pp. 711-737.

Mgoqi, Wallace Amos (s/f), "Who is an African?", ponencia presentada al Harold Wolpe Memorial Trust, Centre for the Book, Ciudad del Cabo, 29 de junio de 2004; http://www.wolpetrust.org.za/dialogue2004/CT062004mgoqi_paper.htm.

Mokgatle, Naboth (1971), *The autobiography of an unknown South African*, Londres, C. Hurst & Company.

Molotlegi, Kgosi Leruo (2007a), "Message from *Kgosi*", en *Kgotha Kgothe 2007 Report*, Phokeng, Royal Bafokeng Nation.

— (2007b), "Chairman's message: To our stakeholders", *Royal Bafokeng Holdings Annual Review 2006*, Johannesburgo, Royal Bafokeng Holdings.

— (2007c), "Report from the Office of *Kgosi*: Overview", en *Kgotha Kgothe 2007 Report*, Phokeng, Royal Bafokeng Nation.

Monbiot, George (2000), *Captive state: The corporate takeover of Britain*, Londres, Macmillan.

Montesquieu, Charles de Secondat (1989), *The spirit of the laws*, traducción al inglés y edición de Anne M. Cohler, Basia Carolyn Miller y Harold Samuel Stone, Cambridge, Cambridge University Press [trad. esp.: *Del espíritu de las leyes*, Madrid, Tecnos, 2000, traducción de Mercedes Blázquez y Pedro de Vega, introducción de Enrique Tierno Galván].

Muehlebach, Andrea (2007), "Farewell welfare? State, labor, and life cycle in contemporary Italy", tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Mullis, Angela y David Kamper (eds.) (2000), *Indian gaming: Who wins?*, Los Ángeles, UCLA American Indian Studies Center.

Mutwa, Vusamazulu Credo (1966), *Indaba, my children*, Londres, Kahn & Averill.

Neacsu, Dana (2004), Reseña de *Who owns native culture?*, de Michael F. Brown (2003), *New York Law Journal*, 25 de mayo, p. 2; www.williams.edu/go/native/nylj-review.htm.

Ngwenya, Thengani H. (2000), "Orality and modernity in autobiographical representation: The case of Naboth Mokgatle's life story", en Duncan Brown (ed.), *Oral literature and performance in Southern Africa*, Athens, Ohio University Press.

Nicks, Trudy (1999), "Indian villages and entertainments: Setting the stage for tourist souvenirs", en Ruth B. Phillips y Christopher B. Steiner, *Unpacking culture: Arts and commodity in colonial and postcolonial worlds*, Berkeley, University of California Press.

Niezen, Ronald (2003), *The origins of indigenism: Human rights and the politics of identity*, Berkeley, University of California Press.

Oakland, John (2006), *British civilization: An Introduction*, 6ª ed., Londres, Routledge (1ª ed. 1989).

O'Brien, Oonagh (1990), "Perceptions of identity in North Catalonia", Número especial sobre el tema: "Family, class and nation in Catalonia", ed. de Josep R. Llobera, *Critique of Anthropology* 10, Nº 2-3, pp. 3-10.

— (1993), "Good to be French? Conflicts of identity in North Catalonia", en Sharon Macdonald (ed.), *Inside European identities*, Providence y Oxford, Berg.

Offe, Claus (1993), "The rationality of ethnic politics", *Budapest Review of Books* 3, Nº 1, pp. 6-13.

‡Oma, Kxao Moses y Axel Thoma (2002), "Will tourism destroy San cultures?", *Cultural Survival Quarterly* 26, Nº 1, pp. 39-41; www.culturalsurvival.org/publications/csq/csq-article.cfm?id=1524.

Oomen, Barbara (2005), *Chiefs in South Africa: Law, power and culture in the post-Apartheid era*, Nueva York, Palgrave.

Oxford University Press (1971), *The compact edition of the Oxford English Dictionary*, vol. 1, Oxford, Oxford University Press.

Page, Martin (1972), *The company savage: Life in the corporate jungle*, Londres, Cassell.

Paredes, J. Anthony (1995), "Paradoxes of modernism in the South East", *American Indian Quarterly* 19, Nº 3, pp. 341-360.

Paton, Alan (1948), *Cry, the beloved country*, Nueva York, Scribner's Sons.

Peleikis, Anja (2006), "Whose heritage? Legal pluralism and the politics of the past. A case study from the Curonian Spit (Lithuania)", *Journal of Legal Pluralism and Unofficial Law* 53, Nº 4, pp. 209-237.

Phillips, Ruth B. (1999), "Nuns, ladies, and Queen of the Huron: Appropriating the savage in nineteenth-century Huron tourist art", en Ruth B. Phillips y Christopher B. Steiner (eds.), *Unpacking culture: Arts and commodity in colonial and postcolonial worlds*, Berkeley, University of California Press.

Phillips, Ruth B. y Christopher B. Steiner (1999), "Art, authenticity, and the baggage of cultural encounter", en Ruth B. Phillips y Christopher B. Steiner (eds.), *Unpacking culture: Arts and commodity in colonial and postcolonial worlds*, Berkeley, University of California Press.

Pinel, Sandra Lee y Michael J. Evans (1994), "Tribal sovereignty and the control of knowledge", en Tom Greaves (ed.), *Intellectual property rights for indigenous peoples: A sourcebook*, Oklahoma City, Society for Applied Anthropology.

Plaatje, Solomon Tshekisho (1916), *Native life in South Africa, before and since the European War and the Boer Rebellion*, Londres, P. S. King.

Plamenatz, John Petrov (1976), "Two types of nationalism", en Eugene Kamenka (ed.), *Nationalism: The mature and evolution of an idea*, St. Martin's Press.

Pomeranz, Kenneth (2000), *The great divergence: Europe, China, and the making of the modern world economy*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

Posey, Daryl A. (1994), "International agreements and intellectual property right protection for indigenous peoples", en Tom Greaves (ed.), *Intellectual property rights for indigenous peoples: A sourcebook*, Oklahoma City, Society for Applied Anthropology.

Posey, Daryl A. y Graham Dutfield (1996), *Beyond intellectual property: Toward traditional resource rights for indigenous peoples and local communities*, Ottawa, International Development Research Centre.

Postone, Moishe (1993), *Time, labor, and social domination: A reinterpretation of Marx's critical theory*, Nueva York, Cambridge University Press [trad. esp.: *Tiempo, trabajo y dominación social, una reinterpretación de la teoría crítica de Marx*, Madrid, Editorial Marcial Pons, 2006].

Povinelli, Elizabeth A. (1998), "The state of shame: Australian multiculturalism and the crisis of indigenous citizenship", *Critical Inquiry* 24, N° 2, pp. 575-610.

— (2001), "Consuming geist: Popontology and the spirit of capital in indigenous Australia", en J. Comaroff y J. L. Comaroff (eds.), *Millennial capitalism and the culture of neoliberalism*, Durham, Duke University Press.

— (2006), *The empire of love: Toward a theory of intimacy, genealogy, and carnality*, Durham, Duke University Press.

Pratt, Mary Louise (1992), *Imperial eyes: Travel writing and transculturation*, Nueva York, Routledge [trad. esp.: *Ojos imperiales. Literatura de viajes y transculturación*, Buenos Aires, Universidad Nacional de Quilmes, 1997].

Proctor, Rachel (2001), "Tourism opens new doors, creates new challenges, for traditional healers in Peru", *Cultural Survival*, 24, N° 4; www.cs.org/publications/csq/csq-article.cfm?id–1334.

Premdas, Ralph R. (ed.) (2000), *Identity, ethnicity and culture in the Caribbean*, St. Augustine, Trinidad, School of Continuing Studies, The University of the West Indies.

Ram, Uri (2000), "National, ethnic or civic? Contesting paradigms of memory, identity and culture in Israel", *Studies in Philosophy and Education* 19, N° 5-6, pp. 405-422.

Ramutsindela, Maano F. (2002), "The perfect way to ending a painful past? Makuleke land deal in South Africa", *Geoforum* 33, N° 1, pp. 14-24.

— (2004), *Parks and people in postcolonial societies: Experiences in Southern Africa*, Dordrecht, Boston y Londres, Kluwer.

Rancière, Jacques (1999), *Disagreement: Politics and philosophy*, traducción al inglés de Julie Rose, Minneapolis, University of Minnesota Press [trad. esp.: *El desacuerdo. Política y filosofía*, Buenos Aires, Nueva Visión, 2007].

Randeria, Shalini (2007), "The state of globalization: Legal plurality, overlapping sovereignties and ambiguous alliances between civil society and the cunning state in India", *Theory, Culture & Society* 24, N° 1, pp. 1-33.

Rasool, Ciraj (2006), "Community museums, memory politics, and social transformation in South Africa: Histories, possibilities, and limits", en Ivan Karp, Corrine A. Kratz, Lynn Szwaja y Tomás Ybarra-Frausto (eds.), *Museum frictions: Public cultures/ global tranformations*, Durham, Duke University Press.

Reddy, Sita (2006), "Making heritage legible: Who owns traditional medical knowledge?", *International Journal of Cultural Property* 13, pp. 161-188.

Robins, Steven (2001), "NGOs, 'Bushmen,' and double vision: The ‡Khomani San land claim and the cultural politics of 'community' and 'development' in the Kalahari", *Journal of Southern African Studies* 27, Nº 4, pp. 833-853.

— (2003), "Whose modernity? Indigenous modernities and land claims after Apartheid", *Development and Change* 34, Nº 2, pp. 1-21.

Robins, Steven y Kees Van Der Waal (s/f), "'Model tribes' and traveling models: The Makuleke restitution case in Kruger National Park", manuscrito.

Rosenthal, Harvey D. (1990), *Their day in court: A history of the Indian Claims Commission*, Nueva York, Garland.

Royal Bafokeng Holdings (2007), *Royal Bafokeng Holdings Annual Review 2006*, Johannesburgo, Royal Bafokeng Holdings.

Royal Bafokeng Nation (2007), *Kgotha Kgothe 2007 Report*, Phokeng, Royal Bafokeng Nation.

Royal Bafokeng Nation, Executive Council (2007), *Consolidated Report, 2002-2007*, Phokeng, Royal Bafokeng Nation.

Royal Bafokeng Nation, Legal and Corporate Affairs Department (2003), *Submission by the Royal Bafokeng Nation in respect of the Communal Land Rights Bill, 2003*; www.pmg.org.za/docs/2003/appendices/031114bafokeng2.htm.

Sadr, Karim (1997), "Kalahari archaeology and the Bushman debate", *Current Archaeology* 38, pp. 104-112.

Said, Edward W. (1993), *Culture and imperialism*, Nueva York, Vintage Books [trad. esp.: *Cultura e imperialismo*, Barcelona, Anagrama, 2004].

Sanders, Douglas (1989), "The UN Working Group on Indigenous Populations", *Human Rights Quarterly* 11, Nº 3, pp. 406-433.

Sanger, Annette (1988), "Blessing or blight? The effects of touristic dance-drama on village life in Singapadu, Bali", en Olive Lewin y Adrienne Kaeppler, *Come Mek Me Hol' Yu Han': The impact of tourism on traditional music*, Kingston, Jamaican Memory Bank.

Schapera, Isaac (1930), *The Khoisan peoples of South Africa, Bushmen and Hottentots*, Londres, George Routledge and Sons.

— (1952), *The ethnic composition of Tswana tribes*, Monographs on Social Anthropology, 11, Londres, London School of Economics.

Schwegler, Brian A. (2007), "Confronting the devil: Europe, nationalism, and municipal governance in Slovakia", Tesis doctoral, Universidad de Chicago.

Schiller, Friedrich (2004), *On the aesthetic education of man*, traducción al inglés de Reginald Snell, Mineola, NY, Dover Publications (1ª ed. 1795) [trad. esp.: *Kallias. Cartas sobre la educación estética del hombre*, Barcelona, Anthropos Editorial, 2005, edición bilingüe; traducción de Jaime Feijóo y Jorge Seca].

Schutte, Gerhard (2003), "Tourists and tribes in the New South Africa", *Ethnohistory* 50, Nº 3, pp. 473-487.

Shamir, Ronen (2004), "Between self-regulation and the Alien Tort Claims Act: On the contested concept of corporate social responsibility", *Law and Society Review* 38, Nº 4, pp. 635-663.

Shannon, P. (1995), "Forging new links", *New Zealand Business*, agosto, pp. 24-27.

Shweder, Richard A. (2003), "The gatekeepers: An anthropologist is skeptical about extending the logic of group rights to music, art and origin stories", reseña de *Who Owns Native Culture?*, de Michael F. Brown (2003), *New York Times Book Review*, 14 de septiembre, p. 13.

Sider, Gerald (2003), *Living Indian histories: Lumbee and Tuscarora people in North Carolina*, Chapel Hill, University of North Carolina Press.

Sigala, Marianna y David Leslie (2005), "Introduction: The rationale and need for this book", en Marianna Sigala y David Leslie (eds.), *International cultural tourism: Management, implications and cases*, Amsterdam, Elsevier.

Silverstein, Michael (1996), "Indexical order and the dialectics of sociolinguistic life", en Risako Ide, Rebecca Parker y Yukako Sunaoshi (eds.), *Proceedings of the Third Annual Symposium about Language and Society*, Austin, Texas, Texas Linguistic Forum, 36, Austin, University of Texas Department of Linguistics.

Smith, A. B. (1996), "The Kalahari Bushman debate: Implications for archaeology of Southern Africa", *South African Historical Journal* 35, pp. 1-15.

Smith, Adam (1904), *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, ed. de Edwin Cannan, 5ª ed., Londres, Methuen (1ª ed. 1776) [trad. esp.: *Una investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones*, Madrid, Tecnos, 2009].

Smith, Anthony D. (1986), *The ethnic origins of nations*, Oxford, Basic Blackwell.

Smith, Rogers, M. (1997), *Civic ideals: Conflicting visions of citizenship in U.S. history*, New Haven, Yale University Press.

South Africa, Republic of (2004), Broad-Based Black Economic Empowerment Act, Nº 53, 2003, *Government Gazette* (9 de enero de 2004) 463, Nº 25899, pp. 1-6; www.dti.gov.za/bee/BEEAct-2003-2004.pdf.

South African Human Rights Commission (2004), *Report on the Inquiry into Human Rights Violations in the Khomani San Community*, Johannesburgo, South African Human Rights Commission.

Specter, Michael (2007), "Kremlin, Inc.: Why are Vladimir Putin's opponents dying. (Letter from Moscow)", *New Yorker*, 29 de enero, pp. 50-63.

Spilde, Katherine A. (1999), "Indian gaming study", en "Notes from Washington", *Anthropology Newsletter* 40, Nº 4, abril, pp. 11, 16.

Stals, W. A. (1972), "Die Kwessie van Naturelle-eiendomsreg op Grond in Transvaal, 1838-1884", *Archives Yearbook for South African History* 35, Nº 2, pp. 1-84.

Stamatopoulou, Elsa (1994), "Indigenous peoples and the United Nations: Human rights as a developing dynamic", *Human Rights Quarterly* 16, Nº 1, pp. 58-81.

Starn, Orin (2004), Reseña de *Who owns native culture?*, de Michael F. Brown (2003), *American Ethnologist* 32, Nº 1.

Steenkamp, C. y J. Uhr (2000), *The Makuleke land claim: Power relations and community-based natural resource management*, Evaluating Eden Series, Discussion Paper Nº18, Londres, International Institute for Environment and Development.

Steiner, Christopher B. (1999), "Authenticity, repetition, and the aesthetics of seriality: The work of tourist art in the age of mechanical reproduction", en Ruth B. Phillips y Christopher B. Steiner (eds.), *Unpacking culture: Art and commodity in colonial and postcolonial worlds*, Berkeley, University of California Press.

Strange, Susan (1986), *Casino capitalism*, Oxford, Blackwell.

Strathern, Marilyn (1996), "Enabling identity? Biology, choice and the new reproductive technologies", en Stuart Hall y Paul DuGay (eds.), *Questions of cultural identity*, Londres, Sage.

— (2001), "The patent and the Malanggan", *Theory, Culture & Society* 18, Nº 4, pp. 1-26.

Strong, Pauline Turner (2005), "Recent ethnographic research on North American indigenous peoples", *Annual Review of Anthropology*, 34, pp. 253-268.

Strong, Pauline Turner y Barrik Van Winkle (1996), "'Indian blood': Reflections on the reckoning and refiguring of native North American identity", *Cultural Anthropology* 11, Nº 4, pp. 547-576.

Sunder Rajan, Kaushik (2005), "Subjects of speculation: Emergent life sciences and market logics in the United States and India", *American Anthropologist* 107, Nº 1, pp. 19-30.

Swain, Margaret Byrne (1990), "Commoditizing ethnicity in Southwest China", *Cultural Survival Quarterly*, 14, Nº 1, pp. 26-30.

Sylvain, Renée (2005), "Disorderly development: Globalization and the idea of 'culture' in the Kalahari", *American Ethnologist* 32, Nº 3, pp. 354-370.

TallBear, Kim (2007), "Narratives of race and indigeneity in the genographic project", *Journal of Law, Medicine, and Ethics* 35, Nº 3, pp. 412-424.

— (2008), "Native-American-DNA.coms: In search of native american race and tribe", en Barbara Koenig, Sandra Soo-Jin Lee y Sarah Richardson (eds.), *Revisiting race in a genomic age*, Piscataway, Rutgers University Press.

TallBear, Kim y Deborah A. Bolnick (2004), "'Native American DNA' tests: What are the risks to tribes?", *Native Voice*, 13-17 de diciembre.

Tambiah, Stanley J. (1996), "The nation-state in crisis and the rise of ethnonationalism", en Edwin N. Wilmsen y Patrick McAllister (eds.), *The politics of difference: Ethnic premises in a world of power*, Chicago, University of Chicago Press.

Tapela, B. N. y P. H. Omara-Ojungu (1999), "Towards bridging the gap between wildlife conservation and rural development in post-Apartheid South Africa: The case of the Makuleke community and the Kruger National Park"; *South African Geographical Journal* 81, Nº 3, pp. 148-155.

Tassiopoulos, Dimitri y Nancy Nuntsu (2005), "Cultural tourism in South Africa: A case study of cultural villages from a developing country perspective", en Marianna Sigala y David Leslie (eds.), *International cultural tourism: Management, implications and cases*, Amsterdam, Elsevier.

Taylor, Charles (1989), *Sources of the self: The making of modern identity*, Cambridge, MA, Harvard University Press.

— (1994), "The politics of recognition", en Amy Gutmann (ed.), *Multiculturalism: Examining the politics of recognition*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

Taylor, Graham D. (1980), *The New Deal and American Indian tribalism: The Administration of the Indian Reorganization Act, 1934-1945*, Lincoln, University of Nebraska Press.

Taylor , Julie J. (2007), "Celebrating San Victory Too Soon? Reflections on the outcome of the Central Kalahari Game Reserve case", *Anthropology Today* 23, Nº 5, pp. 3-5.

Theal, George M. (1893), *History of South Africa (1834-1854)*, Londres, Swan Sonnenschein.

Tiemessen, Alana E. (2004), "After Arusha: Gacaca justice in post-genocide Rwanda", *African Studies Quarterly: The Online Journal for African Studies* 8, Nº 1; http://www.africa.ufl.edu/asq/v8/v8i1a4.htm.

Toft, Monica Duffy (2003), *The geography of ethnic violence: Identity, interests, and the indivisibility of territory*, Princeton, NJ, Princeton University Press.

Vanderbilt, Tom (1997), "The advertised life", en Frank y M. Weiland (eds.), *Commodify your dissent: Salvos from* The Baffler, Nueva York y Londres, W.W. Norton.

Van Der Post, Laurens (1958), *The lost world of the Kalahari*, Nueva York, Morrow.

— (1961), *The heart of the hunter*, Nueva York, Morrow.

Van Wyk, Ilana (2003), "'Elephants are eating our money': A critical ethnography of development practice in Maputaland, South Africa", tesis de maestría, Universidad de Pretoria.

Venter, Andrew Karl (2000), "Community-based natural resource management in South Africa: Experience from the Greater St Lucia Wetlands Region", ponencia presentada en el Second Pan-African Symposium on the Sustainable Use of Natural Resources in Africa, Ouagadougou (Burkina Faso), julio de 2000; http://data.iucn.org/dbtw-wpd/edocs/2003-006.pdf.

— (2003), "What does the wildlands trust do?", *Wetlands Wire: Official Newsletter of the Greater St. Lucia Wetland Park Authority* 1, Nº 1, p. 13; www.lubombomapping.org.za/GSLWPA/Web/WW1/page13.htm.

Viljoen, M. J. (1999), "The nature and origin of the Merensky Reef of the Western Bushveld complex based on geological facies and geological data", *South African Journal of Geology* 102, Nº 3, pp. 221-239.

Vladislavic, Ivan (2006), *Portrait with keys: Joburg and What-What*, Roggebaai, Ciudad del Cabo, Umuzi.

Walle, Alf H. (1998), *Cultural tourism: A strategic focus*, Boulder, co, Westview Press.

Wallensteen, Peter y Margareta Sollenberg (1995), "After the Cold War: Emerging patterns of armed conflict 1989-94", *Journal of Peace Research* 32, Nº 3, pp. 345-360.

Wallerstein, Immanuel (1972), "Social conflict in post-independence Black Africa: The concepts of race and status group reconsidered", en E. Campbell (ed.), *Racial tensions in national identity*, Nashville, Vanderbilt University Press.

Watson, Leo y Maui Solomon (2001), "The Waitangi Tribunal and the Maori claim to their cultural and intellectual heritage rights property", *Cultural Survival* 24, Nº 4; www.culturalsurvival.org/publications/csq/csq-article.cfm?id'1119.

Weber, Max (1968), *Economy and society: An outline of interpretive sociology*, 3 vols., ed. de Guenther Roth y Claus Wittich, Nueva York, Bedminster Press [trad. esp.: *Economía y sociedad*, México, Fondo de Cultura Económica, 1996, traducción de José Medina Echavarría, Juan Roura Parella, Eugenio Ímaz, Eduardo García Máynez y José Ferrater Mora].

Westbrook, David A. (2007), *Between citizen and state: An introduction to the corporation*, Boulder, co, Paradigm Publishers.

White, Hylton J. (1991), "The homecoming of the Kagga Kamma Bushmen", *Cultural Survival Quarterly* 17, Nº 2; www.kaggakamma.co.za/en/history.html.

— (1995), *In the tradition of our forefathers: Bushman traditionality at Kagga Kamma: The politics and history of a performative identity*, Ciudad del Cabo, University of Cape Town Press, en sociedad con el Centre for African Studies.

Wilder, Gary (2005), *The French imperial nation-state: Negritude and colonial humanism between the two World Wars*, Chicago, University of Chicago Press.

Willcock, John W. (1827), *The law of municipal corporations*, Londres, William Benning.

Wilmsen, Edwin N. (1989), *Land filled with flies: A political economy of the Kalahari*, Chicago, University of Chicago Press.

— (1993), "On the search for (truth) and authority: A reply to Lee and Guenther", *Current Anthropology* 34, Nº 5, pp. 715-721.

— (2008), "The structure of San property relations: Constitutional issues and interventionist politics", en Bertram Turner y Melanie Wiber (eds.), *Paradoxical conjunctions: Access to Rural Resources in a Transnational Environment, Anthropologica*, 49 (en prensa).

Wilmsen, Edwin N. y James R. Denbow (1990), "Paradigmatic history of San-speaking peoples and current attempts at revision", *Current Anthropology* 31, Nº 5, pp. 489-524.

Wilson, Richard A. (1997), "Human rights, culture and context: An introduction", en R. Wilson (ed.), *Human rights, culture and context: Anthropological perspectives*, Londres, Pluto Press.

Wood, Robert (1998), "Tourist ethnicity: A brief itinerary", *Ethnic and Racial Studies* 21, Nº 2, pp. 218-241.

Worger, William H. (2000), Reseña de *Terrific majesty: The powers of Shaka Zulu and the limits of historical invention*, de Caroline A. Hamilton (1998), *Journal of American History* 87, Nº 2, p. 635.

Xie , Philip Felfan (2003), "The Bamboo-beating dance in Hainan, China: Autheniticity and commodification", *Journal of Sustainable Development* 11, Nº 1, pp. 5-16.

Yiftachel, Oren (2006), *Ethnocracy: Land and identity politics in Israel/Palestine*, Filadelfia, University of Pennsylvania Press.

Young, Crawford (1993), "The dialectics of cultural pluralism: Concept and reality", en C. Young (ed.), *The rising tide of cultural pluralism: The nation-state at bay?*, Madison, University of Wisconsin Press.

Žižek, Slavoj (s/f), "Move the underground: What's wrong with fundamentalism", 2ª parte; www.lacan.com/zizunder.htm.

Este libro se terminó de imprimir
en marzo de 2011 en Safekat S.L.
28019 Madrid.